L'INDUSTRIE DES ARTICLES OPHTALMIQUES AU QUÉBEC ET AU CANADA

MONOGRAPHIE

DESCRIPTION ET ANALYSE
AOÛT 1987

Québec

88-04222/

INDUSTRIE DES ARTICLES OPHTALMIQUES AU QUEBEC ET AU CANADA

Description et analyse

Gouvernement du Québec
Ministère de l'Industrie
et du Commerce

Publié par la Direction des communications

Préparé par: Direction des études sectorielles
Direction générale de la recherche
et de la planification

Dépôt légal, 3e trimestrie 1987
Bibliothèque nationale du Québec
ISBN 2-550-17767-3
© Gouvernement du Québec 1987

AVANT-PROPOS

Cette étude est un document de base qui présente une vue globale de l'industrie des articles ophtalmiques au Canada et au Québec. Elle s'inscrit dans le cadre des études menées par le ministère de l'Industrie et du Commerce dans le domaine des secteurs industriels québécois des biens de la santé. Toutefois, il faut bien reconnaître le double caractère des produits de lunetterie: d'une part, ils sont reliés aux soins de santé et, d'autre part, ce sont des articles de commerce ayant une valeur esthétique en plus d'être soumis à une certaine pression de la mode.

Nous tenons à remercier tous les individus et organismes dont la collaboration a rendu cette étude possible. Tout spécialement, nous tenons à souligner l'excellente collaboration des industriels concernés qui ont répondu aux questionnaires dans une très forte proportion ce qui contribue énormément à la fiabilité de l'information et permet une analyse poussée de données originales.

Nous voulons aussi souligner la collaboration de Mme Jocelyne Allard de la Direction des biens de consommation, particulièrement pour sa connaissance du secteur. La responsabilité de cette étude a été confiée à M. Sylvain Boucher de la Direction des études sectorielles assisté de M. Serge Boutin pour le traitement des données et de Mme Jacqueline Côté pour le traitement du texte.

Richard Roy, directeur
Direction des études sectorielles
Direction générale de la recherche et
de la planification
Ministère de l'Industrie et du Commerce
Québec, juillet 1987

SOMMAIRE

Malgré une demande soutenue de correctifs visuels, l'industrie des articles ophtalmiques est très peu développée tant au Québec qu'au Canada. En fait, la presque totalité des montures de lunettes, des lunettes de soleil et des ébauches de lentilles est importée. Ainsi, en 1986, les importations canadiennes d'articles ophtalmiques ont atteint 161 millions de dollars alors que les exportations se chiffraient à 28 millions de dollars, soit une balance commerciale déficitaire de 133 millions de dollars.

Au Québec, à l'exception de deux fabricants de montures, la cinquantaine d'entreprises impliquées dans cette industrie s'occupent à la transformation secondaire des lentilles. Les opérations effectuées consistent au polissage, à l'application de divers traitements de surface et au taillage des verres selon l'ordonnance du professionnel de la vision. Les entreprises québécoises produisent donc essentiellement pour satisfaire le marché local ce qui est insuffisant pour permettre une intégration de toutes les étapes de production. Bien qu'il existe maintenant de grandes entreprises dans cette industrie au Québec, les petites occupent toujours une place importante.

Selon Statistique Canada, l'industrie ophtalmique québécoise procurait de l'emploi à quelque 900 personnes en 1985. Le Québec représente environ 25% de l'activité économique de cette industrie au Canada, alors que l'Ontario s'avère la principale province avec près de 45% des expéditions totales. Au cours des dix dernières années, l'industrie québécoise s'est distinguée avec une croissance plus rapide que la moyenne nationale. Cette évolution s'est accompagnée de l'introduction relativement rapide de la haute technologie dans le traitement de surface des lentilles au sein de quelques laboratoires québécois.

Moteur des changements observés au sein de l'industrie, la demande de correctifs visuels devrait continuer sa progression au cours des prochaines années. Parmi les facteurs les plus susceptibles de favoriser la consommation dans le domaine de la lunetterie, notons le vieillissement de la population, les aléas de la mode et l'évolution rapide de la technologie, notamment au chapitre des matériaux utilisés pour la fabrication des montures et des lentilles.

La gamme de produits offerts devient de plus en plus vaste. Au fil des ans, les verres minéraux se sont affinés. On trouve maintenant des verres "asphériques" corrigeant l'arrondi. Les verres photochromiques affinent leur dégradé. On trouve des solutions intermédiaires pour temps couvert permettant de voir "clair" chez-soi.

Les verres organiques ont subi des tests anti-rayures et un nouveau traitement permettant d'offrir une réponse technique aux usagers de l'informatique qui deviennent de plus en plus nombreux.

Depuis le début des années 1980, il existe des lentilles cornéennes pour régler les problèmes de presbytie, d'hypermétropie et d'astigmatisme. De plus, les lentilles teintées peuvent maintenant changer la couleur des yeux. L'évolution des lentilles de contact n'échappe pas au mouvement du balancier comme dans tous les autres domaines. Après être passé de la lentille rigide à la lentille super-souple, il y a un retour vers un intermédiaire que l'on appelle la lentille perméable aux gaz. Cette dernière semble posséder les meilleures perspectives d'avenir.

TABLE DES MATIERES

PAGES

AVANT-PROPOS..... iii

SOMMAIRE..... v

LISTE DES TABLEAUX ET GRAPHIQUES..... ix

INTRODUCTION..... 1

CHAPITRE 1 - STRUCTURE DE L'INDUSTRIE..... 3

1- Définition de l'industrie..... 3
2- Historique de la lunetterie..... 4
3- Activités des intervenants..... 5
3.1 - Fabrication primaire..... 7
3.1.1 - Fabricants de montures de lunettes optiques.... 7
3.1.2 - Fabricants de lunettes de soleil..... 9
3.1.3 - Fabricants de lentilles ophtalmiques..... 10
3.2 - Fabrication secondaire..... 11
3.2.1 - Laboratoires de surface ophtalmique..... 11
3.2.2 - Laboratoires de lentilles cornéennes..... 12
3.3 - Distribution..... 13
3.3.1 - Grossistes et importateurs..... 13
3.3.2 - Professionnels de la vision..... 14
4- Entreprises dominantes..... 16

CHAPITRE 2 - IMPORTANCE DE L'INDUSTRIE..... 19

1- Localisation et taille des établissements..... 19
2- Expéditions..... 21
3- Main-d'oeuvre..... 25
3.1 - Nombre d'employés..... 25
3.2 - Salaires..... 25
4- Productivité..... 27
5- Intégration du secteur à l'économie québécoise..... 28

CHAPITRE 3 - APERÇU DE LA SITUATION DES LABORATOIRES AU QUEBEC..... 31

1- Structure d'opération..... 31
1.1 - Nombre et taille des laboratoires..... 31
1.2 - Concentration du marché..... 33
1.3 - Prédominance du marché local..... 34

PAGES

2- Activités manufacturières..... 34
2.1 - Laboratoires de surface..... 34
2.2 - Laboratoires de finition..... 36
2.3 - Laboratoires de lentilles cornéennes..... 37
3- Facteurs de production..... 38
3.1 - Main-d'oeuvre..... 38
3.2 - Fournitures..... 39
4- Aspects financiers..... 39

CHAPITRE 4 - CARACTERISTIQUES DU MARCHE..... 41

1- Structure de la demande..... 41
1.1 - Clientèle..... 41
1.2 - Orientation globale..... 42
1.3 - Mode..... 44
2- Evolution du marché intérieur canadien..... 45
2.1 - Consommation canadienne apparente..... 45
2.2 - Importations canadiennes et québécoises..... 47
2.2.2 - Détail des importations canadiennes..... 51
2.2.2.1 - Montures de lunettes..... 51
2.2.2.2 - Lunettes de soleil..... 53
2.2.2.3 - Lentilles ophtalmiques..... 54
2.2.2.4 - Lentilles cornéennes..... 55
2.2.3 - Protection douanière canadienne..... 56
3- Exportations canadiennes et québécoises..... 57

CONCLUSION ET PERSPECTIVES..... 59

ANNEXE 1 - REPERTOIRE DES ENTREPRISES..... 61

ANNEXE 2 - PROCEDE DE FABRICATION DE MONTURES DE LUNETTES..... 63

ANNEXE 3 - DEFINITION DES TERMES TECHNIQUES DE LA FABRICATION D'UNE LENTILLE..... 65

ANNEXE 4 - CONSOMMATION CANADIENNE APPARENTE DE LENTILLES DE CONTACT..... 67

BIBLIOGRAPHIE..... 69

LISTE DES TABLEAUX ET GRAPHIQUES

PAGES

Tableau 1
Industrie des articles ophtalmiques
Nombre d'établissements
Québec, Ontario, Canada
1976-1985..... 20

Tableau 2
Industrie des articles ophtalmiques
Nombre d'établissements par taille d'effectifs
Québec, Ontario, Canada
1984..... 21

Tableau 3
Industrie des articles ophtalmiques
Valeur des livraisons et valeur ajoutée manufacturière
Québec, Ontario, Canada
1976-1984..... 22

Tableau 4
Industrie des articles ophtalmiques
Emploi total
Québec, Ontario, Canada
1976-1985..... 25

Tableau 5
Industrie des articles ophtalmiques et secteur manufacturier
Salaires horaires
Québec, Ontario, Canada
1984..... 26

Tableau 6
Industrie des articles ophtalmiques et secteur manufacturier
Valeur ajoutée par employé à la production
Québec, Ontario, Canada
1980-1984..... 28

Tableau 7
Industrie des articles ophtalmiques et secteur manufacturier
Effet sur l'économie québécoise d'une production de 10 millions de dollars
Statistiques principales pour 1985..... 29

Tableau 8
Nombre d'entreprises par taille d'effectifs
Québec
1986..... 32

PAGES

Tableau 9
Secteur des laboratoires ophtalmiques au Québec
Evolution du ratio des profits avant impôts/ventes
1983-1985..... 39

Tableau 10
Population américaine portant des correctifs visuels
1971 et 1980..... 42

Tableau 11
Articles ophtalmiques
Consommation canadienne apparente
1976-1985..... 46

Tableau 12
Articles ophtalmiques
Provenance des importations canadiennes
1976-1985..... 48

Tableau 13
Articles ophtalmiques
Importations dédouanées au Québec et exportations canadiennes chargées au Québec
1976-1985..... 51

Tableau 14
Importations canadiennes de montures de lunettes et de lunettes de soleil
1976-1986..... 52

Tableau 15
Importations canadiennes de lentilles cornéennes
1978-1986..... 55

Tableau 16
Articles ophtalmiques, tarif de la nation la plus favorisée
Canada
1985-1987..... 56

Tableau 17
Destinations des exportations canadiennes d'articles ophtalmiques
1976-1986..... 58

Graphique 1
Organisation de l'industrie des articles ophtalmiques..... 6

PAGES

Graphique 2
Industrie des articles ophtalmiques
Valeur des livraisons par province au Canada
1984..... 23

Graphique 3
Industrie des articles ophtalmiques
Taux de croissance moyen de la valeur ajoutée et de la valeur des livraisons
Québec, Ontario, Canada
1980-1984..... 24

Graphique 4
Industrie des articles ophtalmiques
Importance des salaires à la production dans la valeur des livraisons
Québec, Ontario, Canada
1980-1984..... 27

Graphique 5
Evolution de la structure des gammes de produits
Théorie du losange et du sablier..... 43

Graphique 6
Articles ophtalmiques
Importations canadienhes par type de produits
1986..... 50

Graphique 7
Importations canadiennes de montures de lunettes selon le pays d'origine
1976 et 1986..... 53

Graphique 8
Importations canadiennes de lentilles ophtalmiques
1976-1986..... 54

INTRODUCTION

Comme pour la plupart des secteurs industriels québécois reliés au domaine des biens de la santé, l'industrie des articles ophtalmiques est à l'état embryonnaire par rapport à la situation qui prévaut dans les autres pays industrialisés. En fait, les activités de fabrication sont en quasi-totalité absentes au Québec, et les entreprises d'ici doivent importer la majorité des matières premières utilisées. D'autre part, nos habitudes de vie rendent de plus en plus nécessaires les besoins de correctifs visuels.

Dans un tel contexte, cette étude tente de répondre à diverses attentes concernant l'état de l'industrie québécoise, ses performances, les principales tendances de la consommation, l'évolution du commerce international, et les perspectives de développement qui en résultent.

Un premier chapitre précise la définition de l'industrie et présente les divers intervenants impliqués dans la fabrication et la distribution des produits ophtalmiques. Ce chapitre permettra d'identifier l'environnement économique qui sous-tend l'évolution de cette industrie au Québec.

Un deuxième chapitre met en relief l'importance de cette industrie dans l'économie québécoise en examinant diverses variables économiques telles que la valeur ajoutée, la valeur des livraisons et l'emploi.

Un troisième chapitre présente un aperçu de la situation des laboratoires au Québec en regard de la structure des entreprises, de leurs activités de production et de leur situation financière. Les statistiques présentées dans ce chapitre proviennent d'une enquête menée par le MIC auprès des principaux laboratoires au Québec.

Finalement, un dernier chapitre analyse l'évolution de la demande des produits ophtalmiques, principalement en accordant une attention particulière aux statistiques du commerce international.

CHAPITRE 1
STRUCTURE DE L'INDUSTRIE

Pour bien comprendre la structure de l'industrie québécoise des articles ophtalmiques nous présenterons, dans le présent chapitre, un bref historique de la lunetterie et, par la suite, nous décrirons le rôle des divers intervenants impliqués dans la fabrication et dans la distribution des produits ophtalmiques au Québec. Il est intéressant de noter, en effet, que dans ce secteur la phase finale de la transformation peut se faire dans les établissements de distribution comme on le verra plus loin.

1- DEFINITION DE L'INDUSTRIE

Aux fins de cette étude, l'industrie des articles ophtalmiques désigne les établissements dont l'activité principale est la fabrication de lentilles de qualité ophtalmique et de montures de lunettes; ou la transformation secondaire des lentilles, opérations qui consistent au polissage, à l'application de divers traitements de surface et au taillage de verres sur ordonnance. Les articles ophtalmiques regroupent les produits suivants:

- les lentilles cornéennes (ou verres de contact), en matière plastique;
- les lentilles ophtalmiques en verre ou en plastique (ou organiques);
- les cadres et les montures de lunettes correctrices;
- les montures de lunettes de sécurité;
- les montures de lunettes solaires.

2- HISTORIQUE DE LA LUNETTERIE

L'histoire de la lunetterie compte déjà plusieurs siècles d'existence[1]. En fait, les lunettes et les lentilles cornéennes telles que nous les connaissons actuellement doivent beaucoup aux progrès réalisés dans les domaines de l'optométrie et de la vision, des techniques de la fabrication du verre et des plastiques, de même que dans celui de l'optique en général avec l'invention des longues-vues, des télescopes et des autres instruments scientifiques d'observation.

C'est à la fin du XIII^{e} siècle qu'on aura l'idée de corriger les vues "longues" (presbytie et hypermétropie) par des verres convexes de faible puissance approchés des yeux. L'invention consistera alors dans l'assemblage de deux lentilles faites de béryl, sorte de cristal, elles-mêmes enchassées dans un cercle de bois ou de corne, ces lentilles étant réunies par un clou afin de les disposer symétriquement devant les yeux avec le nez comme point d'appui. Trois siècles plus tard, les myopes peuvent à leur tour disposer de verres concaves pour corriger leur vue "courte". Quant à l'idée de fixer des branches aux lunettes, elle n'arrive que plus tard, soit au XVIII^{e} siècle.

Depuis lors, les lunettes poursuivent allègrement leur carrière au gré des modes et des fantaisies. Les formes, les teintes et les matières dont sont faites les montures de lunettes évoluent constamment. Par exemple, elles seront tantôt formées de minces branches supportant de petits verres ovales (notamment au siècle dernier), tantôt plus grosses, rondes et fabriquées en matière plastique (début du XX^{e} siècle), tantôt extravagantes comme dans le cas des années 60 ou, à l'inverse, discrètes et racées.

Bien que les méthodes de fabrication de verre optique soient déjà connues en France au XIX^{e} siècle (principalement pour la fabrication des télescopes), l'apparition des véritables verres de qualité ophtalmique remonte au début

---

1 Cette section doit beaucoup aux ouvrages suivants: COUTURE, G., et MORIN, D., Tout sur les lentilles de contact, Editions La Presse, Ottawa, 1986.
MARLY, P., Les lunettes, Atelier Hachette/Massin, 1980.

du XX^{e} siècle, notamment suivant les travaux de l'américain William Bausch, pionnier de la multinationale américaine de l'ophtalmique Bausch & Lomb. Quant aux lentilles de plastique, il semble que les premières expériences réussies de l'emploi de ce matériau pour la fabrication des lentilles remontent à 1935 environ. Toutefois, ce n'est que depuis les années 70 qu'elles ont acquis la place importante qu'on leur connaît actuellement au Canada.

Les premiers verres de contact firent leur apparition vers 1887. L'objectif de ces lentilles était davantage le traitement de certaines conditions d'ordre médical de l'oeil que l'aspect de la correction optique. C'était des lentilles sclérales, qui recouvrent au complet le devant du globe oculaire. On les fabriquait alors de verre moulé; ce matériau fut le seul utilisé jusqu'en 1938 alors qu'apparurent les lentilles de plastique, matériau qui allait vraiment lancer la lentille de contact telle qu'on la connaît actuellement. C'est en 1948 que commence la fabrication commerciale des lentilles petites et minces, les véritables lentilles de contact d'usage courant. Néanmoins, il faut reconnaître qu'elles étaient encore très inconfortables, surtout à cause de l'épaisseur de leur bord.

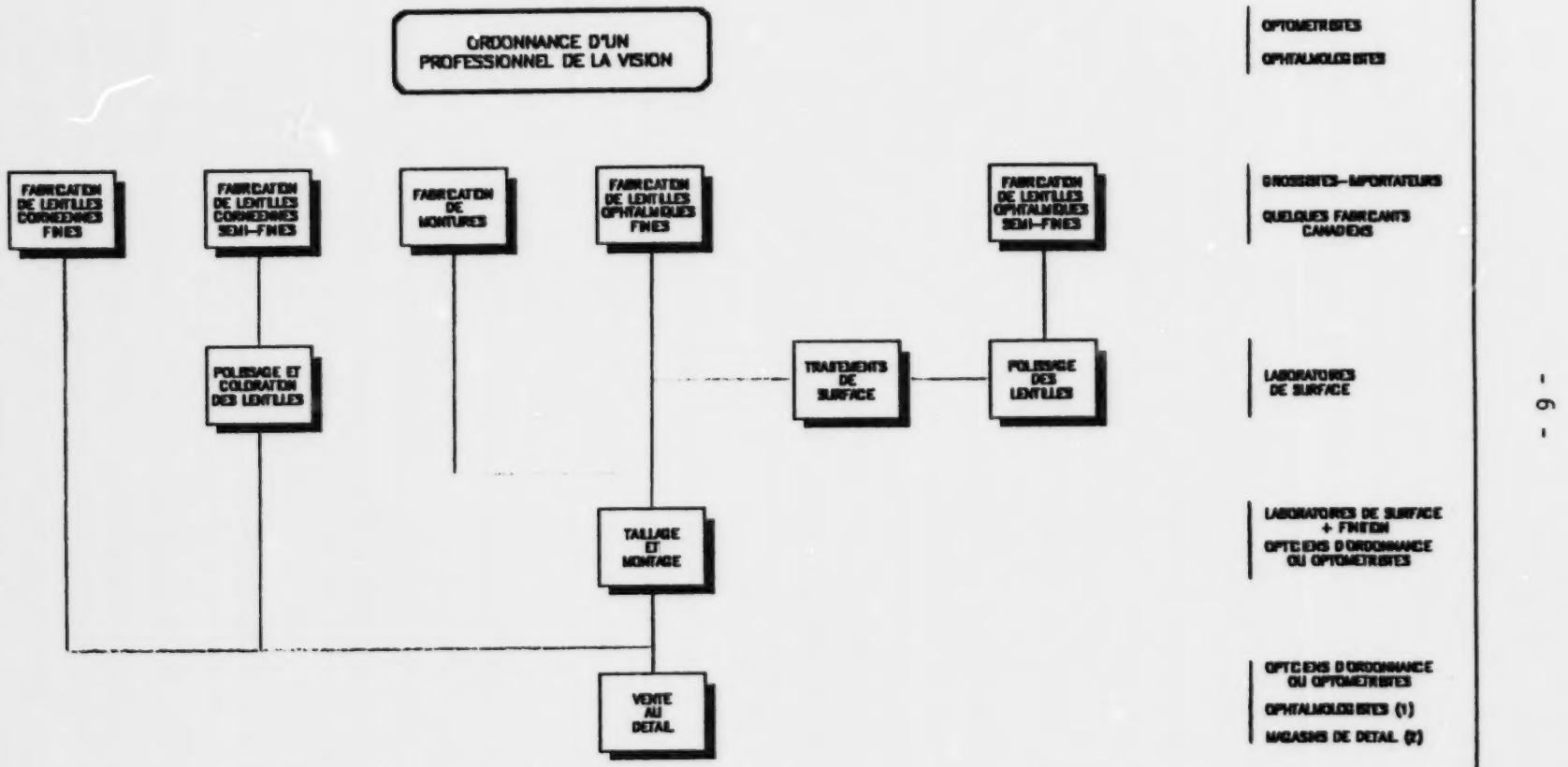
Alors que la lentille rigide et ses techniques d'ajustement semblaient avoir atteint un plafonnement depuis quelques années, la découverte par un Tchécoslovaque, en 1965, d'une matière plastique dont la principale propriété est de ramollir en s'hydratant allait relancer la popularité des lentilles de contact en donnant naissance à la lentille souple. Les avantages de celle-ci sont multiples; elle permet d'accroître les possibilités de correction et de confort, tout en augmentant la durée de port des lentilles. Depuis, le développement des lentilles de contact ne cesse de se poursuivre avec la découverte de nouveaux plastiques pouvant s'hydrater et avec l'amélioration des procédés de fabrication et d'ajustement.

3- ACTIVITES DES INTERVENANTS

Tel qu'illustré au graphique 1, la fabrication et la distribution des produits ophtalmiques impliquent bon nombre d'intervenants. Parmi les principaux, se retrouvent au niveau de la fabrication primaire, les fabricants de montures de lunettes et de lentilles de qualité ophtalmique, et au niveau de

GRAPHIQUE 1

ORGANISATION DE L'INDUSTRIE DES ARTICLES OPHTALMIQUES



(1) LENTILLES CORNEENNES SEULEMENT

(2) ARTICLES QUI NE FONT PAS L'OBJET D'UNE ORDONNANCE, IE. LUNETTES DE SOLEIL, LUNETTES DE SECURITE

SOURCE: Direction des études sectorielles, DGRP, MIC.

la fabrication secondaire, les laboratoires. Nous devons aussi mentionner les grossistes-importateurs, ainsi que les différents professionnels de la vision qui agissent comme intermédiaires.

3.1- Fabrication primaire

3.1.1- Fabricants de montures de lunettes optiques

La fabrication de montures de lunettes optiques demeure une activité très peu développée tant au Québec qu'au Canada. Ainsi, la presque totalité des montures vendues au Canada sont importées. En effet, en 1982, soit la dernière année où nous disposons de statistiques, le taux de dépendance du Canada envers les approvisionnements étrangers s'établissait à près de 90% et, selon toute vraisemblance la situation ne s'est guère améliorée depuis. Cette dépendance face aux importations s'est d'ailleurs généralisée à l'ensemble du marché nord-américain, comme en fait foi l'augmentation du taux de dépendance observée chez notre voisin du sud depuis les dernières années; il est en effet passé de 40% en 1977 à 56% en 1983[2].

Les producteurs italiens, allemands, français et japonais s'inscrivent aujourd'hui comme chefs de file de la production mondiale de montures de lunettes. En effet, ces pays ont su développer un savoir-faire dans le design des produits, et mettre en place une infrastructure industrielle facilitant la sous-traitance de certaines étapes de la fabrication et l'approvisionnement en matières premières (par exemple le plastique extrudé dont les fabricants opèrent principalement en Italie).

De plus, depuis les dernières années, on note l'apparition de nouveaux pays producteurs, principalement des nouveaux pays industriels tels Hong Kong, Taïwan, et la Corée du Sud. Ceux-ci se taillent rapidement une place considérable sur les principaux marchés, notamment aux Etats-Unis, en raison de leurs prix très compétitifs, du fait de leurs coûts salariaux très inférieurs.

---

2 Source: Business Trend Analysts; The Market for Ophthalmic Goods, 1983.

A l'échelle mondiale, la production des montures de plastique et de métal est éparpillée entre les mains de plusieurs fabricants de dimension variable. En fait, étant donné la grande variété des modèles demandés (variété qui est accentuée par la mode), la compétitivité d'une entreprise réside surtout dans sa politique de marketing notamment le design des produits. La taille de l'unité de production et le coût en capital ne constituent pas un obstacle majeur à l'entrée dans ce secteur. Par exemple, les deux procédés de fabrication de monture plastique, soit l'injection à l'aide de moules et le tournage à l'aide d'un système de pantographe, exigent respectivement des investissements de l'ordre de 1 million de dollars et un demi-million de dollars[3]. D'ailleurs, la méthode du tournage semble bien adaptée au contexte canadien compte tenu de son seuil de rentabilité plus faible et de la versatilité des équipements qui permet la production en petite série. Cependant elle exige plus d'habileté de la part des employés.

Malgré un marché potentiel intéressant et une technologie facilement adaptable par des entreprises d'ici, le Canada ne compte que quatre fabricants, dont deux sont localisés au Québec. En Ontario, Canada Optical emploie environ 50 personnes et une partie de la fabrication est exportée. Il s'agit d'une filiale d'Imperial Optical et ses produits sont écoulés principalement dans les différents points de vente de ce géant canadien. A l'Ile-du-Prince-Edouard, Tannereye Ltd, qui,fondée en 1978, fournit de l'emploi à 150 personnes. En 1983, cette compagnie acquiert Excel Optical l'un de ses compétiteurs aussi localisé à Charlottetown. Ses produits de haut de gamme sont surtout destinés à l'exportation, principalement aux Etats-Unis et en Europe. Par contre, en 1983, un second fabricant des provinces maritimes, la firme allemande Optyl, a fermé ses portes.

Au Québec, nous retrouvons d'abord AOCO, une filiale de la multinationale American Optical Company. Le début des opérations remonte à 1910 et cette entreprise fournit de l'emploi jusqu'à 300 personnes. Pour le moment, quelque 90 employés travaillent principalement à la fabrication de montures de sécurité en plastique ou en métal. Des montures pour lunettes solaires en

---

3 L'annexe 2 présente les différentes étapes de la fabrication de montures de lunettes au moyen du procédé de tournage à l'aide d'un système de pantographe.

métal et des montures "mode" complètent la gamme de produits destinés à la fois à l'exportation et au marché national.

Optilook, le second fabricant québécois, débute ses opérations en avril 1986. Cette petite entreprise qui compte moins de 10 employés, fabrique des montures ophtalmiques en plastique et envisage l'avenir avec optimisme.

Au début des années 80, plusieurs investisseurs s'intéressent au domaine de la lunetterie. Certains échecs attendent les promoteurs qui ont des plans ambitieux, peu de patience et des ressources techniques et financières inadéquates. Pour se tailler une place dans ce sous-secteur, toute nouvelle entreprise doit offrir un produit de qualité à des prix compétitifs. Elle doit aussi compter sur un réseau de distribution efficace qui constitue, à notre avis, la pierre angulaire du développement tandis que la piètre qualité du design en devient la pierre d'achoppement.

3.1.2- Fabricants de lunettes de soleil

Au chapitre des lunettes de soleil, dont la popularité ne cesse d'augmenter depuis quelques années, le marché canadien est essentiellement un marché d'importation, la production nationale de montures et de verres solaires étant à toutes fins pratiques sporadique. D'ailleurs, une situation similaire se retrouve chez notre voisin du sud puisque près de 80% du marché domestique est satisfait par des importations[4].

Le marché mondial des lunettes de soleil se caractérise par la forte concurrence que se livrent les principaux fabricants. Cette concurrence se joue principalement au niveau des prix et de la capacité à différencier les produits grâce à leur design. D'ailleurs, la production mondiale a connu une profonde restructuration au cours des dernières années avec l'abandon de quelques grands producteurs américains et la percée des produits en provenance de Taïwan, de Hong Kong et de la Corée du Sud. Le développement industriel dans ces pays s'inscrit dans la perspective d'un accroissement de la demande pour les lignes de produits à bas prix. Ainsi plusieurs grands

---

[4] Source: Business Trend Analysts, The Market for Ophthalmic Goods, 1983.

producteurs américains et européens ont déplacé une portion substantielle de leurs opérations vers ces pays.

3.1.3- Fabricants de lentilles ophtalmiques

Au chapitre de la fabrication primaire de lentilles conventionnelles de verre ou de plastique de qualité ophtalmique, la production mondiale est largement concentrée entre les mains de quelques multinationales américaines, japonaises et françaises, notamment Coburn Optical[5], American Optical, Sola, Hoya Lens, Nikon, Seiko et Essilor. Au Canada, depuis la fermeture de l'usine ontarienne de la multinationale American Optical à la fin de la dernière décennie, seule Imperial Optical se spécialise véritablement dans la fabrication de lentilles en verre finies ou semi-finies. La présence de grandes multinationales dans la conception et la fabrication des lentilles ophtalmiques est probablement liée au volume élevé nécessaire à la réduction des coûts de production et au fort coefficient de technologie dans ce secteur.

Les manufacturiers de lentilles ophtalmiques fabriquent en série des lentilles dont les deux faces sont polies. Ces lentilles dites "finies" sont de faible puissance et constituent la majorité des ordonnances de lentilles uni-focales, ce qui correspond à environ 40% de la demande. Les optométristes et les opticiens d'ordonnance peuvent alors remplir les ordonnances sans l'aide du laboratoire de surface. D'autre part, ces fabricants produisent aussi des lentilles dont une seule face est polie. Ces lentilles semi-finies constituent la matière première des laboratoires de surface.

---

5 Coburn Optical est une filiale à part entière de la société américaine Revlon Inc.

3.2- Fabrication secondaire[6]

3.2.1- Laboratoires de surface ophtalmique

Les laboratoires de surface assurent une plus value aux lentilles semi-finies en les retravaillant afin d'y apporter la courbure qui correspond précisément à la puissance correctrice requise par l'ordonnance du professionnel de la vision. En plus de cette opération de polissage des lentilles plus puissantes ou à foyers multiples, les laboratoires peuvent effectuer divers traitements (i.e.: coloration, résistance aux éraflures, anti-reflet, etc.).

Le taillage des lentilles selon la forme de la monture et leur assemblage à la monture constituent aussi des opérations généralement effectuées par les laboratoires. Certains petits ateliers ou laboratoires de finition, dont plusieurs sont affiliés à un ou plusieurs détaillants, ne font que le taillage et le montage des lentilles. Ceux-ci doivent cependant s'en tenir aux lentilles polies ayant les puissances correctrices les plus en demande.

L'outillage nécessaire au taillage étant relativement peu coûteux, plusieurs opticiens et optométristes préfèrent tailler eux-mêmes les lentilles en raison de l'important écart entre le prix des lentilles de stock finies et celui des lentilles préparées selon l'ordonnance par les laboratoires. De plus, cela leur permet de satisfaire plus rapidement certains des besoins de leurs clients.

En fait, les professionnels de la vision confient aux laboratoires les travaux qu'ils ne peuvent faire eux-mêmes en raison:

- d'un manque d'équipement ou de main-d'oeuvre;
- de la non-rentabilité reliée à un volume de fabrication trop faible;
- de l'expertise requise pour compléter certaines ordonnances;
- du degré de risque élevé associé aux lentilles plus coûteuses.

---

6 Un aperçu plus détaillé de la situation des laboratoires de surface et des laboratoires de lentilles cornéennes au Québec est présenté au chapitre 3.

3.2.2- Laboratoires de lentilles cornéennes

La filière des lentilles cornéennes s'apparente à celle des lentilles conventionnelles. Le fabricant primaire de lentilles cornéennes produit des lentilles finies et semi-finies (ces dernières étant appelées communément "boutons") en matériaux durs, perméables au gaz et souples. Quant au laboratoire, il a pour fonction d'effectuer, sur mesure, diverses opérations de polissage et de traitement de surface aux lentilles semi-finies.

L'industrie canadienne regroupe quelque 20 laboratoires de lentilles cornéennes, dont le plus important, et de loin, est Plastic Contact Lens, une entreprise contrôlée conjointement par Imperial Optical et la société américaine Schering Corporation. A l'exception d'un laboratoire au Québec qui fabrique en partie ses propres "boutons" à base de résine organique, les laboratoires doivent importer les matières premières pour les lentilles rigides, souples et perméables au gaz.

Au niveau des lentilles finies, la pénétration étrangère s'avère aussi très forte, particulièrement pour les lentilles souples, soit le segment de marché le plus important[7]. Ainsi, la part du marché des lentilles souples occupée par les laboratoires canadiens était estimée à seulement 22% en 1983, l'essentiel des importations provenant des ateliers de quelques multinationales américaines[8]. En fait, l'industrie américaine s'inscrit comme chef de file de la fabrication des lentilles cornéennes au niveau mondial, avec des entreprises telles que Bausch & Lomb (Soflens), Revlon (Barnes Hind/Hydrocurve), Cooper Laboratories (Permalens) et Ciba Vision.

La majorité des grandes firmes américaines opèrent des succursales au Canada afin de distribuer leurs produits sur la base d'une politique de mise en marché agressive où la promotion des produits joue un rôle de premier plan.

---

7 Les lentilles cornéennes importées des Etats-Unis et de la Grande-Bretagne ont d'ailleurs fait l'objet d'une enquête du Tribunal antidumping canadien en 1984.

8 Tribunal antidumping canadien, Rapport de l'enquête sur les importations de lentilles cornéennes, 1984.

Les techniques de production des lentilles cornéennes évoluent rapidement et exigent des travaux de recherche et développement permanents, ce qui semble à l'avantage des grands producteurs étrangers dont la capacité à mobiliser les ressources nécessaires est plus grande. Par exemple, le développement du procédé de fabrication des lentilles souples par la technique du moulage par centrifugation, technique adaptée à une production de masse et permettant des coûts unitaires beaucoup moins élevés, a permis à Bausch & Lomb de se hisser à la tête du marché mondial pour ce type de lentilles.

Au Canada, la traditionnelle technique de production par tournage est universellement utilisée par les laboratoires. Cette technique, adaptée à la fois à la production de lentilles dures et souples, se caractérise par sa souplesse d'opération et par des investissements moindres en capital. Par contre, elle exige une proportion importante de main-d'oeuvre.

3.3- Distribution

3.3.1- Grossistes et importateurs

Pour les lentilles ophtalmiques, la plus grande partie de la distribution intermédiaire s'effectue grâce aux laboratoires de surface qui se situent entre le fabricant et le détaillant. De plus, nous retrouvons le grossiste qui devient importateur si son fournisseur se situe à l'extérieur du Canada. Finalement, certains fabricants distribuent aussi quelques produits directement aux détaillants, ce qui revient à dire que le fabricant joue aussi un rôle de grossiste à ce moment-là. Les importateurs jouent un rôle important en ce qui a trait à certaines montures ou lentilles distribuées en exclusivité au Canada.

Le Canada compte pour le moment une quarantaine de distributeurs de montures dont un peu plus de la moitié possèdent une envergure nationale. Montréal et Toronto constituent les deux pôles d'attraction pour le sous-secteur de la lunetterie. Le marché est largement dominé par moins d'une dizaine d'importateurs-grossistes. Parmi les plus importants, mentionnons Vilico, Optique Perfect, Lunettes Cartier, Optique Nordic et Imperial. Nous devons remarquer que certains lunetiers européens tels Luxottica, Menrad, Optyl et

Rodenstock effectuent eux-mêmes la mise en marché de leurs produits au Canada, à partir de l'Ontario.

Les réseaux de distribution du solaire et de l'optique demeurent bien distincts. Dans la vente en gros, rares sont les distributeurs qui commercialisent les deux genres de montures. La monture optique se vend chez les optométristes et les opticiens tandis que la monture solaire se retrouve dans les chaînes de pharmacies ou dans les boutiques de vêtements ou d'accessoires de mode haut de gamme. Le caractère saisonnier des ventes apporte un second élément d'opposition entre les marchés de l'optique et du solaire. Pour le premier, les commandes des détaillants se répartissent tout au long de l'année, alors que pour le second, la vente au détail atteint son point culminant en mai et en juin.

Tous les grossistes s'accordent à reconnaître les deux problèmes cruciaux de leur profession. Les clients tendent à réduire le nombre de leurs fournisseurs. Les premiers préfèrent passer des commandes volumineuses chez un petit nombre de fournisseurs afin d'obtenir des remises et des ristournes avantageuses de ces derniers. Cette nouvelle tendance défavorise les petites maisons de distribution qui n'ont pas la capacité d'offrir une gamme très variée de montures pas plus que les moyens financiers d'accorder des escomptes attrayants. De plus, la vente en consignation demeure un phénomène unique en Amérique du Nord car les clients passent des commandes sans en garantir le paiement intégral. Les fournisseurs contraints de financer les stocks de leurs clients se retrouvent avec des frais financiers anormalement élevés. Comme ils révisent leur marge commerciale à la hausse, nous ne pouvons donc pas nous étonner des prix de détail exorbitants.

3.3.2- Professionnels de la vision

Pour le consommateur, le premier pas vers l'achat de lunettes ou de lentilles cornéennes comporte habituellement une visite chez un ophtalmologiste (un médecin spécialisé dans le traitement des maladies de l'appareil visuel) ou à un optométriste (un professionnel habilité à examiner l'acuité visuelle d'un patient ou à dépister les défauts musculaires de l'oeil, et à délivrer

une ordonnance en vue de leur correction) afin de subir un examen de la vue[9]. Si nécessaire, ces professionnels délivrent alors une ordonnance.

Ainsi, si un ophtalmologiste remet l'ordonnance, il est fort probable qu'un opticien d'ordonnance[10] l'exécute. L'ophtalmologiste ne peut vendre directement que les lentilles cornéennes. Si l'optométriste rédige l'ordonnance, il la remplit probablement lui-même. Par contre, en 1982, le Code de déontologie des optométristes les obligeait à remettre l'ordonnance au client, mais les tribunaux ont annulé ce règlement deux ans plus tard.

Le caractère médical des produits de lunetterie exerce une influence considérable sur les pratiques de vente au détail. Les lois et règlements renferment différents types de dispositions qui visent à empêcher que le travail des professionnels de la vision ne subisse des influences à caractère excessivement commercial.

En 1985, nous dénombrons au Québec quelque 1 590 professionnels qui se répartissent comme suit[11]:

- 230 ophtalmologistes
- 880 optométristes
- 480 opticiens d'ordonnance.

Ces professionnels sont répartis au sein de quelque 600 points de vente, alors qu'on en compte environ 1 800 dans l'ensemble du Canada.

Au Québec, nous assistons à la formation de regroupements d'achat à l'automne 1982. Parmi les optométristes, une vingtaine de bureaux se retrouvent sous la bannière d'Opto-Choix, alors que Les Services Optométriques (A.O.Q.) inc. une filiale de l'Association des optométristes du Québec, comptent

---

9 Au Québec, les frais d'examen de la vue sont couverts par la Régie de l'assurance-maladie du Québec.

10 Selon le Code des professions, l'opticien d'ordonnance est autorisé uniquement à ajuster et à vendre des verres correcteurs, et non pas à les prescrire.

11 Compilation de la Direction des biens de consommation, MIC, 1986.

actuellement environ 400 membres. Près de 50% des optométristes québécois bénéficient ainsi de conditions avantageuses, négociées collectivement avec leurs principaux fournisseurs. Il s'agit de rabais variant de 15 à 25%, touchant possiblement de 65 à 70% du marché des lentilles ophtalmiques et de 55 à 60% de celui des lentilles cornéennes, selon les dires du milieu.

4- ENTREPRISES DOMINANTES

Cinq entreprises dominent le marché canadien et québécois de l'optique, il s'agit d'Imperial Optical, d'AOCO, de Bausch & Lomb, d'Essilor et de Pro-Optic. Seule Imperial présente encore une intégration verticale très poussée. En effet, cette société strictement canadienne fabrique des lentilles ophtalmiques et cornéennes, des montures de lunettes et détient des droits exclusifs de distribution pour plusieurs types de produits: lentilles, montures et instruments ophtalmiques utilisés dans les laboratoires. De plus, elle contrôle étroitement au moins une dizaine de laboratoires de surface et tout près d'une centaine de laboratoires de finition. Elle opère aussi parallèlement quelque 400 points de vente d'un océan à l'autre. Il s'agit de chaînes d'opticiens dont certaines franchises des grands magasins Eaton, Simpson et La Baie.

Au Québec, la presque totalité des laboratoires demeurent indépendants. Cependant, nous retrouvons le géant canadien Imperial bien représenté par ses laboratoires de surface "Optique National" et "Jaloptic", de même que par quelques points de vente bien situés dans les grands centres commerciaux sous les noms: "Service d'Optique Elite" et "Optique Laurentienne".

D'autre part, les filiales américaines AOCO et Bausch & Lomb cessent la fabrication de lentilles au Canada respectivement en 1976 et 1977. Cependant, AOCO possède toujours son usine de montures de lunettes à Nicolet, six laboratoires de surface dont un au Québec de même qu'une soixantaine de points de vente répartis à travers le Canada, dont une cinquantaine en Ontario. De son côté, Bausch & Lomb domine toujours le marché des lentilles cornéennes, commercialise la prestigieuse marque Ray Ban dans le domaine des lunettes solaires et importe les montures optiques d'Allemagne et d'Italie.

Implantée au Québec depuis 1972, la société française Essilor possède un laboratoire de surface à Montréal, une succursale en Ontario et une autre dans l'Ouest. Cette entreprise se spécialise dans la finition et le traitement anti-reflets de même que dans la distribution de montures et d'instruments d'optique. D'ailleurs, Essilor a innové au niveau de la haute technologie en devenant la première à introduire le traitement anti-reflets au Canada. Les lentilles mises en marché et vendues par sa filiale, Canoptec, sont conçues et développées par Essilor International.

Une seconde entreprise implantée au Québec, Pro-Optic, a connu une progression remarquable au cours des dernières années. Profitant en 1984 d'une capitalisation accrue suite à une importante émission d'actions dans le cadre du régime d'épargne-action (REA), cette entreprise québécoise a depuis consolidé sa position dans l'industrie en faisant l'acquisition de laboratoires existants et en activant la modernisation de ses installations. Ainsi, en 1986, Pro-Optic exploite six laboratoires de surface, effectue sur place le traitement anti-reflets, et oeuvre dans la distribution de lentilles et d'équipements de finition. De plus, le développement de Pro-Optic, tout comme celui d'Essilor, repose sur l'utilisation de la haute technologie pour le traitement des lentilles, particulièrement depuis l'ouverture en 1986 d'un laboratoire informatisé et automatisé.

Ces grandes entreprises entretiennent d'importantes relations commerciales entre elles (montures, lentilles) et ce, à différents niveaux (ébauches, produits semi-finis et même finis en série). La même chose se produit entre la maison mère étrangère et la filiale installée au Canada. De plus, ces maisons mères ou ces filiales peuvent aussi vendre à des importateurs ou grossistes indépendants ce qui évite toute possibilité de contrôle abusif des fabricants sur les détaillants.

Ainsi donc à l'exception de deux fabricants de montures de lunettes, l'industrie québécoise des articles ophtalmiques s'est développée au sein d'entreprises spécialisées dans la fabrication secondaire des produits, car celle-ci repose sur le maintien de liens étroits avec les professionnels de la vision. Au Canada, seule Imperial Optical est impliquée dans la fabrication primaire des lentilles, tout en pratiquant une intégration verticale

très poussée. Ainsi, toutes les ébauches en verre ou en plastique utilisées au pays sont importées, de même que la quasi totalité des lentilles et des montures.

D'autre part, profitant de la baisse générale des barrières tarifaires et voulant tirer profit des techniques de fabrication adaptées à une production de masse, les grands producteurs mondiaux optent pour la spécialisation et la concentration géographique de leurs activités, d'autant plus que les produits ophtalmiques sont facilement exportables. Dans ce contexte, en raison du faible coût de leur main-d'oeuvre, les pays nouvellement industrialisés ont fait l'objet de nombreux investissements.

CHAPITRE 2
IMPORTANCE DE L'INDUSTRIE

Ce deuxième chapitre a pour objectif de présenter les principales caractéristiques économiques de l'industrie québécoise des articles ophtalmiques, tout en déterminant l'importance de cette industrie dans l'ensemble canadien et son évolution au cours des dix dernières années.

Il est à noter cependant que les informations fournies par Statistique Canada ne permettent pas de présenter séparément les données concernant les fabricants primaires de lentilles ou de montures et les laboratoires. Dès lors, les statistiques utilisées reflètent davantage la situation prévalant dans les laboratoires, même si les statistiques de production des quelques fabricants primaires y sont aussi comptabilisées.

1- LOCALISATION ET TAILLE DES ETABLISSEMENTS

En suivant l'évolution de l'industrie, on constate que le nombre d'établissements manufacturiers canadiens associés à l'industrie ophtalmique a doublé depuis 1976 (tableau 1). Ainsi, en 1985 Statistique Canada dénombrait 237 établissements spécialisés dans la fabrication d'articles ophtalmiques, alors que seulement 120 établissements opéraient dans ce secteur en 1976. Cette forte augmentation du nombre d'établissements au cours des dix dernières années peut être associée à deux principaux facteurs; soit la multiplication des petits laboratoires qui ne font que du travail de finition ou qui s'adonnent à la fois au travail des lentilles et à la vente au détail pour les opticiens, et le dynamisme du marché des correctifs visuels qui a favorisé de nouvelles occasions d'affaires pour les entrepreneurs. Toutefois, de 1980 à 1983, le nombre d'établissements canadiens s'est stabilisé alors que 1984 marque une légère reprise de la progression du nombre d'unités de production.

On a aussi observé cette tendance au Québec. Ainsi on comptait 30 fabricants d'articles ophtalmiques en 1976, comparativement à 54 en 1983 et 67 en

1985 dont deux fabricants de montures. De même, en Ontario on observait une tendance similaire, mais de façon moins marquée, surtout depuis 1980. En effet, la progression nette du nombre d'établissements ontariens n'a été que de deux entre 1980 et 1985, s'établissant à 67 cette même année.

TABLEAU 1
Industrie des articles ophtalmiques
Nombre d'établissements
Québec, Ontario, Canada
1976-1985

Années	Québec	Ontario	Canada
1976	30	42	120
1980	57	65	221
1981	59	63	221
1982	57	61	221
1983	54	63	219
1984	66	68	238
1985	67	67	237

Source: Statistique Canada, cat. no 47-206.

La majorité des établissements recensés dans cette industrie sont de petite taille (moins de 10 employés), la moyenne par établissement en 1985 étant de 12 salariés à la production au niveau canadien. Par contre, l'industrie demeure fort concentrée puisqu'une seule firme,Imperial Optical, contrôle près de 40% des établissements recensés par Statistique Canada.

Comme on peut le constater au tableau 2, les structures ontarienne et québécoise diffèrent quelque peu. En effet, l'Ontario affiche une plus grande présence d'établissements de taille moyenne (20-99 employés), alors que l'industrie québécoise s'est développée davantage au sein de petites unités de production.

TABLEAU 2
Industrie des articles ophtalmiques
Nombre d'établissements par taille d'effectifs
Québec, Ontario, Canada
1984

Nombre d'employés	Québec	%	Ontario	%	Canada	%
1-9	45	68,2	33	48,5	154	64,7
10-19	10	15,2	11	16,2	35	14,7
20-49	8	12,1	20	29,4	37	15,6
50-99	3	4,5	3	4,4	10	4,2
100 et plus	-	-	1	1,5	2	0,8
Total	66	100,0	68	100,0	238	100,0

Source: Statistique Canada, cat. no 31-203.

2- EXPEDITIONS

Tel qu'illustré au tableau 3, la valeur des livraisons canadiennes d'articles ophtalmiques est passée de 82 millions de dollars en 1976 à 193 millions de dollars en 1984, soit une augmentation annuelle moyenne de 11,3% pour la période. De même, une consommation apparente soutenue de correctifs visuels et le développement de procédés plus élaborés pour le traitement de surface ont favorisé un fort accroissement de la valeur ajoutée[1].

L'année 1984 marque une reprise de l'activité économique dans cette industrie avec une augmentation de 16,7% de la valeur des livraisons par rapport au résultat atteint en 1983. Ainsi, en suivant l'évolution de l'industrie pour la période allant de 1981 à 1983, période de récession de l'activité économique, on remarque un net ralentissement de la croissance de l'industrie. D'ailleurs, en termes réels, c'est-à-dire lorsque l'effet de l'inflation est supprimé, la croissance de la valeur ajoutée a été nulle au cours de cette période.

---

1 La valeur ajoutée se définit comme étant la valeur des livraisons diminuée des coûts des matières et fournitures, du combustible et de l'électricité. Cette notion économique permet d'analyser la création de valeur réalisée par une industrie.

TABLEAU 3
Industrie des articles ophtalmiques
Valeur des livraisons et valeur ajoutée manufacturière
Québec, Ontario, Canada
1976-1984
(en milliers de dollars)

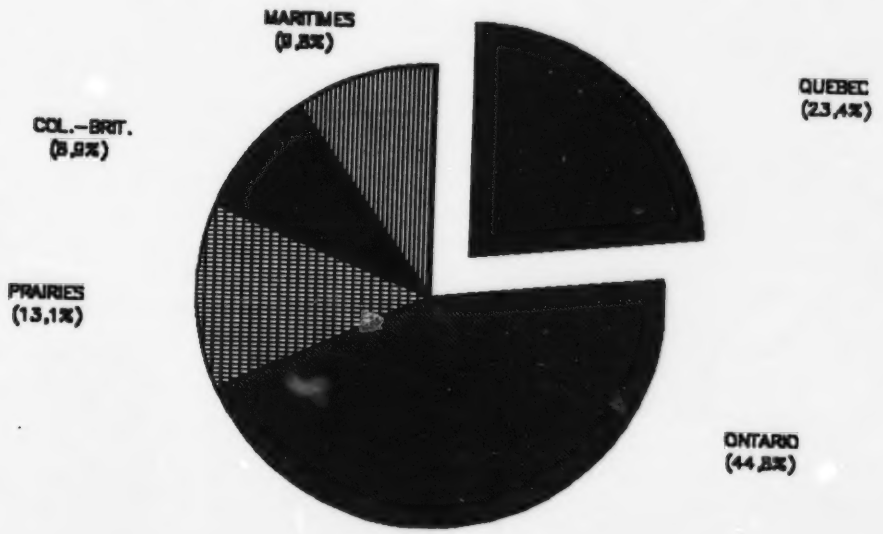
	Valeur des livraisons					Valeur ajoutée manufacturière				
	Québec		Ontario		Canada	Québec		Ontario		Canada
	$ '000	%	$ '000	%	$ '000	$ '000	%	$ '000	%	$ '000
1976	15 656	19,1	37 634	45,8	82 109	7 739	18,9	18 414	45,0	40 914
1977	12 388	15,2	36 881	45,4	81 268	5 958	14,3	19 433	46,5	41 776
1978	19 915	19,8	40 771	40,5	100 645	11 106	22,4	19 755	39,9	49 572
1979	22 187	21,1	38 954	37,0	105 360	11 472	22,5	19 306	37,9	51 006
1980	26 742	19,2	62 726	45,1	139 139	13 880	21,3	26 604	40,7	65 301
1981	31 763	20,8	66 759	43,8	152 426	16 778	22,7	30 127	40,7	73 972
1982	32 618	21,0	69 436	44,7	155 199	16 592	21,4	33 187	42,8	77 578
1983	37 679	22,7	73 061	44,0	166 109	19 138	23,2	34 056	41,3	82 488
1984	45 131	23,4	86 451	44,8	192 979	24 159	25,2	39 475	41,2	95 750
Croissance annuelle (%)										
1976-1984	14,1		11,0		11,3	15,3		10,0		11,2
1980-1984	14,0		8,4		8,5	14,9		10,4		10,0

Source:
Statistique Canada, cat. no. 47-206.

En effet, bien que les prothèses visuelles soient des biens de nécessité, il est généralement observé qu'en période de conjoncture économique difficile, certains achats sont remis à plus tard car les prix unitaires atteignent souvent des sommes considérables. Le remplacement des lunettes ou des lentilles cornéennes de même que l'achat d'une seconde paire de lunettes en sont des exemples. Par contre, pour d'autres gens, la conjoncture économique ne freine pas l'achat des lunettes, qui sont considérées comme des produits de luxe, attachées à une valeur esthétique.

En raison de la forte concentration de la population canadienne dans les provinces de l'Ontario et du Québec, l'essentiel de l'activité industrielle et commerciale de l'ophtalmique est localisé dans ces deux provinces (graphique 2).

GRAPHIQUE 2
Industrie des articles ophtalmiques
Valeur des livraisons par province au Canada
1984
En %

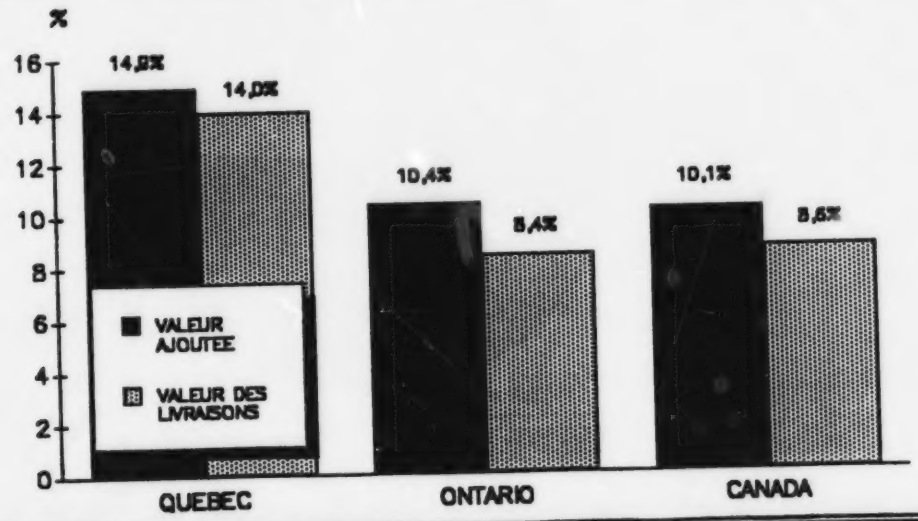


Source: Statistique Canada, cat. no 47-206.

L'Ontario est de loin la plus grande productrice d'articles ophtalmiques au Canada avec des livraisons de propre fabrication estimées en 1984 à 86 millions de dollars, ou 44,8% du total canadien (tableau 3). Cependant l'importance relative de l'Ontario a légèrement diminué au fil des années et, la cessation des activités manufacturières de quelques multinationales dans cette province à la fin de la dernière décennie n'est certes pas étrangère à cette situation.

D'autre part, les établissements québécois, avec 23,4% de la valeur des livraisons canadiennes et 25,2% de la valeur ajoutée totale en 1984, se classent deuxièmes en importance. Comme l'illustre le graphique 3, depuis 1980 l'industrie québécoise connaît un essor important avec une croissance supérieure à l'Ontario et à la moyenne nationale au chapitre de la valeur ajoutée et de la valeur des livraisons. Ce dynamisme observé au Québec s'explique pour une bonne part par l'introduction relativement rapide de la haute technologie dans le traitement de surface des lentilles au sein de quelques laboratoires québécois.

GRAPHIQUE 3
Industrie des articles ophtalmiques
Taux de croissance moyen
de la valeur ajoutée et de la valeur des livraisons
Québec, Ontario, Canada, 1980-1984
En pourcentage



Source: Statistique Canada, cat. n° 47-206.

3- MAIN-D'OEUVRE

3.1- Nombre d'employés

Comme le montre le tableau 4, l'industrie ophtalmique canadienne comptait 3 601 salariés en 1985 dont 897 au Québec, soit 24,9% des effectifs totaux. Au niveau canadien, il s'agit d'une industrie stagnante en termes d'emplois, et ce malgré la progression des ventes, telle que montrée précédemment. En fait, seul le Québec a connu une hausse de ses effectifs au cours des dix dernières années.

TABLEAU 4
Industrie des articles ophtalmiques
Emploi total
Québec, Ontario, Canada
1976-1985

Années	Québec	Qué./Can. %	Ontario	Ont./Can. %	Canada
1976	673	17,5	2 009	52,3	3 841
1980	714	18,7	1 728	45,4	3 809
1981	700	18,2	1 799	46,7	3 850
1982	697	18,5	1 726	45,9	3 759
1983	695	20,4	1 530	44,9	3 408
1984	766	20,9	1 679	45,8	3 663
1985	897	24,9	1 495	41,5	3 601
Croissance annuelle (%)					
1976-1985	3,2		-5,7		-1,3
1980-1985	4,7		-2,9		-1,1

Source: Statistique Canada, cat.no 47-206.

3.2- Salaires

La nature du travail exécuté n'exigeant généralement pas une main-d'oeuvre possédant des qualifications particulières, l'industrie des articles ophtalmiques paie des salaires à la production nettement inférieurs à l'ensemble du secteur manufacturier. Ainsi, alors que le salaire horaire moyen dans l'ensemble du secteur manufacturier québécois s'élevait à 10,16 $/heure

en 1984, il n'était que de 7,79 $/heure dans l'industrie ophtalmique, soit à peine plus des 3/4 du salaire moyen industriel. Comme on peut le constater au tableau 5, les provinces offrent des niveaux de rémunération comparables. Néanmoins, c'est au Québec que le salaire moyen dans l'ophtalmique a crû le plus lentement de 1980 à 1984.

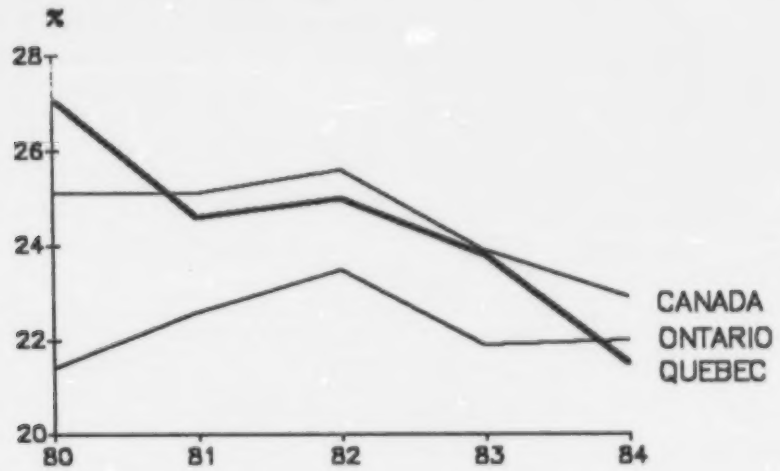
TABLEAU 5
Industrie des articles ophtalmiques et secteur manufacturier
Salaires horaires
Québec, Ontario, Canada
1984
En dollars/heure

	Industrie ophtalmique			Secteur manufacturier
	Québec	Ontario	Canada	Québec
Salaire moyen (dollars/heure)	7,85	7,78	7,79	10,16
Variation annuelle (%) 1980-1984	5,70	7,80	7,10	8,40

Source: Statistique Canada, cat. no 31-203.

Par ailleurs, malgré leur faiblesse relative, les salaires constituent un coût majeur pour le fabricant d'articles ophtalmiques puisqu'en 1984 la masse salariale représente en moyenne près de 23% de la valeur de ses expéditions, alors qu'elle ne dépasse guère 13% dans l'ensemble du secteur manufacturier québécois. Cependant, depuis 1980 l'importance des salaires dans la valeur des livraisons a régressé dans l'industrie ophtalmique, et ce d'une façon plus marquée au Québec (graphique 4). Ainsi, tandis que les salaires comptent traditionnellement pour une part plus importante de la valeur des livraisons dans l'industrie québécoise, en 1984, c'est au Québec que la part de la valeur des livraisons consacrée au paiement des salaires est la moindre.

GRAPHIQUE 4
Industrie des articles ophtalmiques
Importance des salaires à la production dans la valeur des livraisons
Québec, Ontario, Canada
1980-1984
En %



Source: Statistique Canada, cat. no 47-206.

4- PRODUCTIVITE

Malgré l'apport de l'innovation technologique par certains laboratoires, l'ensemble de l'industrie ophtalmique présente une productivité très faible en regard de celle du secteur manufacturier dans son ensemble, car elle demeure relativement moins capitalisée. En effet, alors que la productivité, dont la mesure retenue ici est la valeur ajoutée manufacturière par employé à la production, s'établissait en 1984 à 59 400 $ en moyenne dans l'ensemble des industries manufacturières québécoises, elle ne s'élevait qu'à 38 350 $ dans l'industrie des articles ophtalmiques.

Par ailleurs, ainsi que le montre le tableau 6, l'industrie ophtalmique québécoise se distingue avec une productivité supérieure de plus de 11% en regard de celle de l'Ontario et de la moyenne nationale.

TABLEAU 6
Industrie des articles ophtalmiques et secteur manufacturier
Valeur ajoutée par employé à la production
Québec, Ontario, Canada
En 000 $

	1980	1981	1982	1983	1984	1980-84 Var. %
INDUSTRIE OPHTALMIQUE						
Québec	24,4	29,5	29,5	33,5	38,3	11,9
Ontario	23,7	25,9	28,3	31,5	33,4	9,0
Canada	22,8	25,9	27,5	31,7	34,4	10,8
SECTEUR MANUFACTURIER						
Québec	47,1	52,5	53,8	59,4	66,5	9,0
Ontario	49,7	57,6	59,6	67,9	75,0	10,8
Canada	49,0	55,2	56,8	64,4	71,5	9,9

Source: Statistique Canada, cat. no 31-203.

5- INTEGRATION DU SECTEUR A L'ECONOMIE QUEBECOISE

Les sections précédentes ont mis en lumière les principales caractéristiques économiques de l'industrie québécoise des articles ophtalmiques, notamment en regard de son évolution et des performances réalisées. Il reste maintenant à déterminer dans quelle mesure l'impact de l'activité de cette industrie se répercute sur l'ensemble de l'économie. Le modèle interindustriel du Québec, développé par le Bureau de la statistique du Québec (BSQ), permet d'évaluer les effets directs et indirects générés dans l'économie québécoise par les différents secteurs productifs. La structure de dépenses du modèle est celle de 1978.

Les résultats de la simulation de ce modèle, présentés au tableau 7, révèlent qu'à une production de 10 millions de dollars d'articles ophtalmiques au Québec correspond une valeur ajoutée directe de 4,8 millions de dollars et une valeur ajoutée indirecte de 2,0 millions de dollars, pour une valeur ajoutée totale de 6,8 millions de dollars engendrée par le secteur et ses fournisseurs dans l'économie québécoise. A titre de comparaison, une valeur de production identique pour l'ensemble du secteur manufacturier québécois génère une valeur ajoutée de 6,6 millions de dollars. Le nombre d'emplois directs et indirects générés par une même production de 10 millions de

dollars d'articles ophtalmiques serait respectivement de 196 et 48 personnes/année pour un total de 244 emplois, comparativement à 138 dans l'ensemble des secteurs manufacturiers.

TABLEAU 7
Industrie des articles ophtalmiques et secteur manufacturier
Effet sur l'économie québécoise d'une production de 10 millions de dollars
Statistiques principales pour 1985
En 000 $

	Industrie des articles ophtalmiques		Ensemble manufacturier	
	Directs	Directs et indirects	Directs	Directs et indirects
Emplois (personnes/année)	196	244	89	138
Salaires	3 698	4 709	1 963	3 085
Valeur ajoutée	4 801	6 769	4 095	6 584
Importations	2 536	3 069	2 422	3 309

Sources: Bureau de la Statistique du Québec et Direction des études sectorielles, DGRP, MIC.

Ces résultats obtenus par l'industrie québécoise des articles ophtalmiques traduisent la forte intensité en main-d'oeuvre de l'industrie et sa contribution élevée en termes de plus-value apportée aux matières premières. Néanmoins, en raison de l'importation de la majorité des matières premières, les résultats révèlent la faiblesse de ce secteur, en termes de multiplicateur d'emplois indirects. Ainsi, seulement 1,25 emploi est créé chez les fournisseurs de biens intermédiaires pour chaque emploi créé dans l'industrie ophtalmique alors que ce ratio atteint 1,55 dans l'ensemble des industries manufacturières québécoises. De plus, l'industrie ophtalmique demeure peu liée aux autres secteurs économiques. En effet, des 244 emplois créés, 84% le sont dans l'industrie ophtalmique, alors que le second partenaire commercial en importance est l'industrie du caoutchouc et des plastiques avec 3% des emplois.

CHAPITRE 3
APERÇU DE LA SITUATION DES LABORATOIRES AU QUEBEC

Comme il a été montré précédemment, les laboratoires constituent la quasi totalité des établissements impliqués dans la fabrication et la transformation des articles ophtalmiques au Québec. En raison d'un manque de données statistiques exhaustives concernant les activités de production et la situation financière des entreprises, et de la nécessité de donner aux différents intervenants dans cette industrie, une meilleure idée des traits caractéristiques de ce secteur économique québécois, une enquête, par voie de questionnaire, a été menée auprès des principales entreprises opérant dans le domaine des laboratoires ophtalmiques au Québec. Ainsi les données statistiques présentées dans ce chapitre sont tirées des résultats de cette enquête effectuée par la Direction des biens de consommation du MIC à l'été 1986.

1- STRUCTURE D'OPERATION

1.1- Nombre et taille des laboratoires

Dans l'ensemble du Canada, c'est au Québec que l'on retrouve le plus grand nombre de sociétés dans le domaine des laboratoires ophtalmiques. Ceci s'explique probablement par le peu d'intégration verticale des laboratoires aux détaillants, comme c'est le cas dans les autres provinces, et en particulier avec Imperial Optical. Le fait que les optométristes et les opticiens d'ordonnance ne peuvent exercer leur profession sous forme de compagnie rend très difficile aux grandes corporations de pénétrer le marché de détail au Québec puisqu'elles doivent opérer sous le nom d'un opticien. De plus, au Québec il est interdit à un optométriste d'avoir un intérêt, direct ou indirect, dans une entreprise de fabrication ou de vente de lentilles ophtalmiques. Ainsi le Québec constitue le plus important marché non captif, accessible aux laboratoires indépendants.

L'enquête réalisée par le MIC a permis de dénombrer 51 entreprises dans le domaine des laboratoires au Québec, dont:

- 26 laboratoires de surface;
- 14 ateliers de taillage de verre (ou laboratoires de finition);
- 11 laboratoires de lentilles cornéennes.

A noter que trois entreprises québécoises possèdent plus d'un établissement dans notre province, ce sont Pro-Optic, Laboratoire d'Optique de Hull et Optique Laviolette.

La quasi totalité des laboratoires, soit 90%, est de propriété québécoise. En fait, des cinq laboratoires non québécois, deux sont la propriété d'Imperial Optical, et trois sont des filiales de multinationales américaines (AOCO et CooperVision) ou françaises (Essilor).

TABLEAU 8
Nombre d'entreprises par taille d'effectifs
Québec, 1986

Nbr d'employés	Laboratoires de surface		Laboratoires de finition		Lab. de lentilles cornéennes	
	Nbre	%	Nbre	%	Nbre	%
0-4	3	12	13	93	7	64
5-9	6	23	1	7	2	18
10-19	11	41	-	-	1	9
20-49	3	12	-	-	1	9
50-99	1	4	-	-	-	-
100 et plus	2	8	-	-	-	-
Total	26	100	14	100	11	100

Source: Enquête auprès des laboratoires ophtalmiques du Québec, MIC, 1986.

La majorité des entreprises recensées dans cette industrie sont de petite taille (moins de 20 employés), la moyenne par laboratoire s'établissant à près de 14 salariés. Tel qu'illustré au tableau 8, les structures diffèrent quelque peu selon le type de laboratoire. Ainsi les laboratoires de surface affichent une présence plus grande d'entreprises dans la catégorie de dix employés et plus, alors que les laboratoires de finition et les laboratoires

de lentilles cornéennes se retrouvent en majorité dans la catégorie de moins de dix employés.

Depuis les dernières années, l'industrie connaît un mouvement de restructuration avec la fermeture de bon nombre de laboratoires déjà établis et avec la création de nouveaux laboratoires. Ainsi, plus de 30% des laboratoires actuellement en opération ont vu le jour depuis le début des années 1980. Les faibles barrières à l'entrée dans ce secteur, particulièrement en regard du capital nécessaire, ont certes facilité ce mouvement d'entreprises.

1.2- Concentration du marché

Même si la majorité des laboratoires ophtalmiques sont de petites entreprises, le niveau de concentration s'avère passablement élevé par rapport au reste de l'industrie manufacturière. En effet, selon les données fournies pour 1985, les quatre plus importants laboratoires du Québec se partagent près de 49% du marché québécois, un marché évalué à quelque 33 millions de dollars au niveau de la fabrication. Ce total inclut les lentilles cornéennes et ophtalmiques vendues sous forme non taillée ou après avoir été débordées ainsi que la valeur des traitements de surface.

Dans ce contexte, la structure actuelle de ce secteur permet difficilement à plusieurs laboratoires d'utiliser pleinement leur capacité de production[1]. En effet, bien qu'il soit difficile de mesurer précisément le taux d'utilisation de la capacité de production en raison des fluctuations quotidiennes de la demande et des hypothèses faites au sujet du nombre d'équipes de travail par jour, plusieurs laboratoires ont déclaré, lors de rencontres, pouvoir augmenter leurs activités de 20 à 30%, les principales limitations à la production étant la taille restreinte du marché québécois et les fluctuations journalières de la demande. Néanmoins nous n'avons pu mesurer précisément ce pourcentage à partir des données de l'enquête.

---

1 La capacité de production se définit comme le niveau potentiel de production pouvant être atteint pendant une période donnée, avec l'équipement en place. Le taux d'utilisation est obtenu en établissant un rapport entre la production effectivement réalisée et la capacité.

1.3- Prédominance du marché local

De façon générale, un petit laboratoire effectue la majorité de ses ventes à proximité de chez lui, c'est-à-dire dans la ville ou la région immédiate dans laquelle il est situé. En fait, la rapidité du service et la commodité de l'approvisionnement avantagent le fournisseur local.

D'ailleurs, l'activité commerciale des laboratoires se concentre presque exclusivement sur le marché québécois. Les données recueillies au sujet de la répartition géographique des ventes indiquent qu'en 1985, 87% des ventes sont réalisées sur le marché québécois, alors que 13% sont destinées aux autres provinces canadiennes, essentiellement les Maritimes et l'Ontario. Dix laboratoires déclarent des ventes à l'extérieur du Québec, dont sept laboratoires de surface et trois laboratoires de lentilles cornéennes.

La présence d'un important bassin de population et la proximité du marché ont donc traditionnellement favorisé l'implantation des laboratoires ophtalmiques. Ainsi la région administrative de Montréal regroupe la majorité des établissements (60%) et des emplois (59%). Les autres régions administratives en importance sont celles de Québec (14% des établissements), de Sherbrooke (11%), et de Trois-Rivières (9%).

Malgré l'importance de la proximité du marché, les laboratoires les plus dynamiques font affaires à la grandeur de la province. D'ailleurs, plusieurs propriétaires signalent que la qualité du service s'avère l'atout majeur pour leurs entreprises.

2- Activités manufacturières

2.1- Laboratoires de surface

En 1985, la valeur des expéditions des 26 laboratoires de surface, s'élève à 28,0 millions de dollars, cela inclut les lentilles retravaillées et vendues sous forme non taillée ou après avoir été débordées et fixées à une monture et la valeur des traitements de surface appliqués aux lentilles. A ce total s'ajoutent des ventes au chapitre de la distribution de lentilles de stock,

de montures et d'équipements pour une valeur de 13,1 millions de dollars. Sur la base des données obtenues du questionnaire, les laboratoires ont connu dans l'ensemble une forte hausse de leur chiffre d'affaires (dont les activités de commerce de gros) au cours des deux dernières années. Ainsi pour la période allant de 1983 à 1985, la valeur des livraisons a enregistré un taux moyen de croissance annuelle de 19%. Cependant, ce taux est loin d'être uniforme selon les laboratoires. Ainsi cinq d'entre eux ont enregistré un taux de croissance annuelle supérieur à 20%, sept ont connu une progression située entre 10% et 20%, quatre ont enregistré un taux entre 0% et 10%, alors que trois laboratoires ont vu leur chiffre d'affaires régresser de 1983 à 1985. Néanmoins, il importe d'interpréter ces résultats de façon prudente car ces hausses des expéditions reposent à la fois sur des facteurs implicites de croissance réelle des marchés et sur une nouvelle répartition des parts de marché. A noter que pour sept laboratoires les renseignements disponibles ne nous permettent pas de calculer la croissance des ventes pour la période.

Suivant l'évolution du marché de l'ophtalmique, quelques grandes orientations semblent se dessiner pour les laboratoires.

D'une part, on note la prédominance des ventes de lentilles de plastique dont la valeur atteint près de 58% du total des lentilles travaillées. En fait, seulement quatre laboratoires ont déclaré effectuer davantage d'opérations de surfaçage aux lentilles minérales, alors que cinq laboratoires ont déclaré traiter autant le plastique que le minéral. De plus, plusieurs s'accordent à dire que l'évolution technologique des lentilles de plastique n'est pas terminée, ce type de lentilles devrait donc poursuivre sa percée.

Le créneau des traitements de surface connaît une progression notable depuis les dernières années. Bien qu'il ait été impossible de mesurer précisément la valeur des traitements de surface appliqués au Québec, plusieurs indications nous laissent croire que les traitements de surface représentent toujours moins de 10% des ventes des laboratoires. Ce segment de marché offre néanmoins des perspectives fort intéressantes pour le futur. C'est le cas notamment du traitement anti-reflets dont la popularité commence à peine à s'étendre ici, alors qu'en France, on estime à 80% les lentilles traitées de

cette façon. Au Québec, trois laboratoires possèdent les équipements nécessaires pour effectuer le traitement anti-reflets. Cependant, il faut reconnaître le prix élevé de ces équipements, soit plus de 1 millions de dollars, et le seuil de rentabilité élevé qui en découle. A titre comparatif, un laboratoire peut s'équiper pour la teinte des lentilles organiques avec des équipements valant moins de 5 000 $, et pour les lentilles minérales avec quelque 20 000 $.

Néanmoins, la plupart des laboratoires offrent ce traitement à leurs clients. Dans ce cas, ils le font faire chez un des laboratoires québécois ou ontariens possédant l'équipement requis.

Le développement du marché des lentilles non taillées constitue une orientation importante pour les laboratoires. Ainsi le débordement et le montage des lentilles aux montures, opérations généralement considérées comme peu rentables et requérant de l'habileté manuelle et peu d'équipements, s'effectuent de plus en plus chez le détaillant. En effet, on estime à 80% les opticiens et de 15 à 20% les optométristes possédant sur place les équipements nécessaires[2]. Ceux-ci se procurent ces équipements chez les grandes entreprises telles que Coburn, Essilor, Imperial Optical et Pro-Optic.

2.2- Laboratoires de finition

Le marché des laboratoires de finition est restreint car le service de taillage et de montage des lentilles est aussi offert par les laboratoires de surface et certains professionnels de la vision. L'avantage des laboratoires de finition est d'offrir à la fois un service très personnalisé et rapide au chapitre des lentilles de stock.

En 1985, les laboratoires de finition recensés ont réalisé un chiffre d'affaires de quelque 1,8 million de dollars, dont 12% au chapitre du commerce de gros.

---

2 Source: Corporation des opticiens et Association des optométristes du Québec.

Il a été possible d'évaluer la croissance des ventes de 1983 à 1985 pour seulement sept entreprises[3]. Parmi celles-ci deux ont enregistré une diminution de leur chiffre d'affaires, deux ont connu un taux de croissance moyen supérieur à 10%, les trois laboratoires résiduels connaissant une hausse entre 0% et 10%.

2.3- Laboratoires de lentilles cornéennes

En 1985, la valeur des expéditions déclarées par les onze laboratoires de lentilles cornéennes représente quelque 3,4 millions de dollars, sans compter les activités de distribution[4]. La majorité de ces laboratoires sont de très petite taille, moins de 10 employés. En fait seulement deux laboratoires comptent plus de 10 employés.

Les données recueillies nous ont permis de mesurer l'accroissement des ventes depuis 1983 chez seulement six entreprises. Celles-ci représentent cependant plus de 85% des ventes totales. Ces laboratoires ont enregistré une augmentation annuelle de 11,7% de leur chiffre d'affaires entre 1983 et 1985. Deux d'entre eux ont cependant observé une chute de leurs ventes. Selon les industriels, la concurrence offerte par les grands producteurs mondiaux, principalement au niveau des prix, constitue un obstacle majeur au développement de leurs activités.

En 1985, les lentilles semi-rigides représentent la principale catégorie de lentilles fabriquées avec 44,7% des ventes totales. Les lentilles souples de port quotidien se classent deuxième en termes d'importance avec 41,1% des ventes, suivent les lentilles rigides avec 13,9% et les lentilles souples de port prolongé avec 0,3%.

---

3 Ces sept laboratoires assurent 53% des ventes totales.

4 Etant donné qu'un petit nombre de laboratoires ont déclaré des activités de distribution, nous ne pouvons, pour des raisons de confidentialité, dévoiler la valeur attribuable à cette activité.

Selon une étude réalisée par la firme Samson & Bélair[5], les optométristes assurent plus de la moitié de la vente de lentilles cornéennes aux consommateurs, alors que les opticiens occupent près du tiers du marché, et les ophtalmologistes environ 10%.

3- FACTEURS DE PRODUCTION

3.1- Main-d'oeuvre

En moyenne, les frais de main-d'oeuvre représentent près de 23% de la valeur des livraisons, ce qui en fait le second poste de dépenses en importance pour l'entreprise. L'intensité de l'utilisation de la main-d'oeuvre varie selon la nature du laboratoire. Ainsi, la part de la valeur des livraisons consacrée au paiement des salaires atteint 30% pour les laboratoires de lentilles cornéennes, ce qui fait de la main-d'oeuvre le principal facteur de production de lentilles cornéennes.

Au total, 697 personnes étaient, en 1985, à l'emploi des 51 entreprises de laboratoires répertoriées lors de notre enquête, comparativement à 897,selon Statistique Canada pour l'ensemble de l'industrie, qui comprend également les fabricants de montures de lunettes (voir tableau 4). Quelque 579 de ces employés travaillent dans les laboratoires de surface, 87 dans les laboratoires de lentilles cornéennes, et 31 dans les laboratoires de finition.

A elles seules, les quatre principales entreprises fournissent un emploi à plus de 41% des effectifs totaux.

Environ 69% des emplois dans le domaine des laboratoires ophtalmiques sont liés à la production, 17% aux ventes et services et 14% à l'administration et à d'autres types d'activités. Pour la majorité des petits laboratoires (moins de cinq employés), le propriétaire s'occupe à la fois de la vente et de l'administration. Très peu de laboratoires ont déclaré des emplois liés à la recherche et développement.

---

5 SAMSON & BELAIR, Etude sur le marché des lentilles de contact, 1984.

Comme dans bien des secteurs composés d'un grand nombre de petites entreprises, le secteur des laboratoires ophtalmiques se caractérise par une activité syndicale peu développée. Ainsi, parmi le 36 laboratoires qui ont répondu à la question portant sur la syndicalisation des employés, cinq laboratoires ont indiqué la présence d'un syndicat au sein de leur entreprise, ce qui représente moins de 20% des employés visés.

3.2- Fournitures

Les matières premières et les fournitures représentent en moyenne 21% de la valeur des livraisons pour les laboratoires de lentilles cornéennes et 45% pour les laboratoires de surface, ce qui en fait le principal poste de dépenses chez ces derniers. Ces achats sont constitués principalement de lentilles semi-finies, dont les deux principaux fournisseurs sont Coburn et Essilor.

4- ASPECTS FINANCIERS

Malgré la croissance soutenue du chiffre d'affaires des laboratoires, la performance financière du secteur a fortement régressé depuis 1983. Ainsi, le tableau 9 révèle que la marge bénéficiaire (profits avant impôts/ventes) de l'ensemble des laboratoires de surface et de lentilles cornéennes est passée de 14,4% en 1983 à 7,8% en 1985[6]. Pour cette même année, la marge

TABLEAU 9
Secteur des laboratoires ophtalmiques au Québec
Evolution du ratio des profits avant impôts/ventes
1983-1985
En %

	1985	1984	1983
Laboratoires de surface	7,9	11,4	14,0
Laboratoires de lentilles cornéennes	6,4	8,9	18,6
Total	7,8	11,2	14,4

Source: Enquête auprès des laboratoires ophtalmiques du Québec, MIC, 1986.

6 Les données recueillies ne permettent pas de comparer les résultats obtenus par les laboratoires de finition.

commerciale est quelque peu plus élevée pour les laboratoires de surface, 7,9%, comparativement à 6,4% pour les laboratoires de lentilles cornéennes.

Somme toute, le faible poids économique de la majorité des laboratoires ne leur permet généralement pas de négocier des prix favorables, tant pour les fournitures utilisées que pour les produits finis. De plus, la concurrence étrangère et les rabais demandés par les groupements d'achats constituent certes des éléments non négligeables à l'origine de la dégradation de la marge bénéficiaire des laboratoires.

CHAPITRE 4
CARACTERISTIQUES DU MARCHE

Moteur des transformations observées au sein de l'industrie québécoise et canadienne dans son ensemble, la demande d'articles ophtalmiques a subi au cours des dernières années de profonds changements. Ainsi, après avoir rappelé les paramètres déterminant la structure de la demande, ce chapitre s'attardera à l'étude de l'évolution du marché des principaux produits. Sur la base des informations sur les échanges internationaux, nous verrons comment la demande de montures de lunettes, de lunettes de soleil, de lentilles ophtalmiques, et de lentilles cornéennes s'est modifiée au fil des années, tout en identifiant nos principaux partenaires commerciaux.

1- STRUCTURE DE LA DEMANDE

1.1- Clientèle

Au Canada tout comme aux Etats-Unis, plus de la moitié de la population doit porter une prothèse visuelle. Nous estimons donc à quelque 13 millions de Canadiens qui optent soit pour des lunettes (90%) soit pour des lentilles cornéennes (10%). Pour le Québec, 60% de la population présente un besoin, mais pour diverses raisons seulement 50% des personnes se procurent le correctif visuel nécessaire[1].

Les besoins de correctifs visuels croissent avec l'âge. En effet, les statistiques présentées au tableau 10 pour la population américaine révèlent que 90% des gens âgés de 45 ans et plus portent des lunettes ou des lentilles cornéennes. Ce pourcentage chute à 46% chez les personnes de 25 à 44 ans et s'élève à 52% pour l'ensemble de la population âgée de plus de 3 ans.

---

1 Source: Corporation des opticiens et Association des ophtalmologistes.

TABLEAU 10
Population américaine portant des correctifs visuels
1971 et 1980
En %

	1971	1980				
	total(1)	3-16 ans	17-24 ans	25-44 ans	45+ ans	Total (1)
Pourcentage de la population portant des correctifs visuels	49,2	15,7	36,5	45,9	89,9	51,8

(1) Population âgée de plus de 3 ans.
Source: U.S. Department of Commerce, Statistical Abstract of the United States, 1986.

Dans ce contexte, suite au vieillissement de la population, on prévoit au cours de la prochaine décennie, l'apparition d'un million de nouveaux presbytes québécois qui viendront accroître la demande. La santé oculo-visuelle et le bien-être des nouveaux utilisateurs qui désirent demeurer autonomes et productifs dépendent largement de la contribution des professionnels et de la recherche qui s'effectue au niveau de l'industrie. Répondre aux besoins de la vie contemporaine représente un défi de taille.

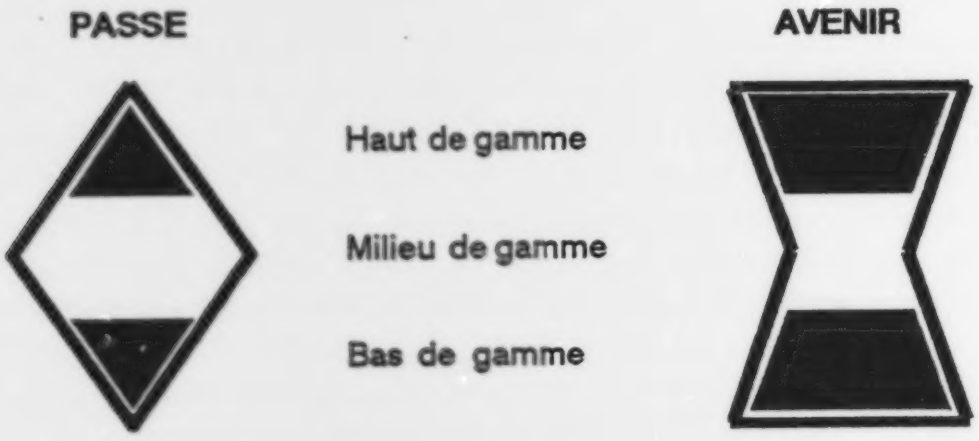
1.2- Orientation globale

Aujourd'hui le consommateur, souvent plus âgé, plus expérimenté et surtout plus instruit et mieux informé, cherche à s'exprimer dans ses modes de consommation. Les valeurs de la société actuelle, entre autres la qualité de vie et l'autonomie, amènent chacun à s'identifier, à affirmer sa personnalité et son statut, ne serait-ce que par rapport à son voisin.

Nous assistons présentement à la disparition du consommateur moyen ce qui entraîne l'éclatement des gammes de produits. Le graphique 5 illustre cette tendance par lesquelles les gammes de produits s'orientent en deux clans: les produits de bas de gamme où la valeur centrale est la nécessité et les produits de haut de gamme où les valeurs dominantes sont le plaisir, le statut, le prestige, etc. Ceci est particulièrement vrai pour les grands centres urbains tels que Montréal, Boston et Philadelphie, alors qu'à

Toronto et New York les consommateurs et les milieux de marketing semblent évoluer selon des règles plus traditionnelles.

GRAPHIQUE 5
Evolution de la structure des gammes de produits
Théorie du losange et du sablier



Source: GICAM Inc., publié dans La Presse, 11 décembre 1985.

Face à une croissance modérée et même égale à zéro pour certains produits, les producteurs doivent donc segmenter le marché afin de déceler les besoins particuliers de chacun de ces segments et proposer des produits répondant exactement aux créneaux découverts dans le marché. En cherchant à se différencier davantage par rapport à leurs concurrents, les entreprises accroissent les attributs de leurs produits et services. Elles répondent en cela aux besoins des clients qui deviennent de plus en plus exigeants et qui souhaitent aussi se différencier par rapport à la masse.

En lunetterie, la tendance de la clientèle à choisir des verres organiques (environ 60% de la demande) devient de plus en plus marquée. Un nombre croissant de porteurs de lunettes apprécient les avantages du matériau: les verres organiques offrent un gain appréciable au niveau de la réduction du poids, permettent des variations de teintes pratiquement illimitées et possèdent une grande résistance à la rupture et à l'écaillement. Ces avantages

indéniables - tant au niveau du confort que de la conception esthétique, et de la fiabilité pour la vie professionnelle et les loisirs - ne s'obtiennent pas au détriment de la qualité. Pour pallier au seul inconvénient, soit la moins bonne résistance aux rayures et aux frottements, nous remarquons la mise au point de nouveaux traitements anti-éraflures. Tant pour les lentilles organiques que minérales, nous assistons aussi à une demande accrue pour le traitement anti-reflets, déjà très en demande en Europe.

Au début des années 80, il n'existait pas de lentilles de contact pour régler les problèmes de presbytie, d'hypermétropie et d'astigmatisme. Maintenant, tout apparaît possible pour la rééducation visuelle autant que pour des fins esthétiques: lentilles rigides, perméables aux gaz, souples à port quotidien ou à port prolongé, transparentes ou teintées. La demande pour lentilles cornéennes tend vers les souples au détriment des rigides. Outre cette tendance, on s'attend aussi au développement des perméables aux gaz et des ports prolongés. Si l'on se fie aux résultats tant canadiens qu'américains, la réussite en ajustement de lentilles souples bifocales se situait à un taux d'environ 10% au cours des dernières années. On affirme dans le milieu qu'il est maintenant possible d'espérer un taux de réussite de 50%, en ajustement de lentilles bifocales hydrophiles.

1.3- Mode

Bien que les populations anglophones et francophones ne présentent pas les mêmes comportements d'achat à l'égard des produits de la mode, les grossistes-importateurs ne distinguent pas de grandes divergences de goûts entre les provinces dans le sous-secteur de la lunetterie. Comme les vêtements, les lunettes cèdent elles aussi à la mode rétro et s'emparent des grandes tendances stylistiques des années 60, les faisant revivre d'une façon plus sobre, plus stylisée.

Il s'avère vain de vouloir décrire la mode par quelques caractéristiques esthétiques ou techniques. La monture qui offre un bon équilibre des formes et des proportions reste un bon produit en toutes circonstances. Les hommes demeurent très réticents à acheter des produits répondant aux tendances de la mode. Bien souvent ils conservent leurs montures pour plusieurs

prescriptions tandis que les femmes aiment les changer avec chaque nouvelle ordonnance. Les détaillants constatent que les hommes suivent les tendances adoptées par les femmes avec un décalage d'au moins un an et demi.

Les divergences de goûts entre les deux sexes s'affirment dans le choix de la matière. Les femmes préfèrent nettement la monture plastique (possiblement 70% des lunettes vendues) tandis que les hommes achètent des montures métalliques dans une proportion de 60%. La cible des distributeurs devient la femme âgée de 40 à 60 ans qui cherche à se rajeunir en choisissant des montures à la mode. Le plastique et le métal se combinent fréquemment pour cette clientèle.

Avec le vieillissement de la population il ne faut pas douter que le facteur mode soit le moteur le plus susceptible d'accroître la consommation dans le domaine de la lunetterie et de se refléter ainsi dans le domaine des laboratoires. La monture peut remplir le rôle d'accessoire indispensable comme le chapeau autrefois. Il faut donc arriver à faire comprendre aux porteurs de lunettes qu'ils peuvent garder leur personnalité même en changeant de "look".

2- EVOLUTION DU MARCHE INTERIEUR CANADIEN

2.1- Consommation canadienne apparente

Les statistiques disponibles (tableau 11) permettent d'évaluer la consommation canadienne apparente d'articles ophtalmiques à 282,4 millions de dollars, en 1985. Sur l'ensemble de la période étudiée, la consommation apparente s'est accrue annuellement de 10,9%. Cependant, depuis 1980 on note un ralentissement de la croissance de la consommation canadienne. Toutefois, la vive progression des importations en 1986 laisse entrevoir une reprise de la croissance du marché pour cette année.

Par ailleurs, en raison de la difficulté à évaluer les importations québécoises, la consommation québécoise peut difficilement être mesurée directement. Néanmoins, en prenant pour acquis que les Québécois renouvellent plus fréquemment leurs prescriptions ophtalmiques, nous pouvons estimer que le

TABLEAU 11
Articles ophtalmiques
Consommation canadienne apparente
1976-1985
(en milliers de dollars)

	Livraisons	Importations	Exportations	Réexportations	Consommation canadienne apparente	Importations nettes (1)/ CCA (%)
1976	82 109	41 055	11 248	837	111 079	36,2
1977	81 268	52 802	11 845	1 102	121 123	42,7
1978	100 645	68 632	13 824	1 274	154 179	43,7
1979	105 360	78 212	10 732	2 119	170 721	44,6
1980	139 139	83 880	11 392	1 464	210 163	39,2
1981	152 426	86 174	13 433	2 628	222 539	37,5
1982	155 199	93 984	16 097	3 749	229 337	39,3
1983	166 109	108 284	15 729	3 425	255 239	41,1
1984	192 979	126 820	22 341	6 219	291 239	41,4
1985	192 000 (E)	121 201	23 937	6 874	282 390 (E)	40,5 (E)
1986	..	160 928	28 118	..	..	..
Croissance annuelle (%)						
1976-1985	9,8	12,6	8,7	26,1	10,8	
1980-1985	6,7	7,6	16,0	36,2	6,1	

.. : Données non disponibles
(E) : Estimation
(1) : Importations nettes = Importations - Réexportations

Source:
Statistique Canada, cat. nos. 47-206, 65-202 et 65-203.

marché du Québec représente 30% du marché national, soit 85 millions de dollars en 1985 au prix du fabricant.

Bon an mal an, les importations représentent environ 40% du marché canadien, en termes de valeur. Malgré tout, le marché national demeure largement tributaire de l'étranger pour ses approvisionnements en produits de base, les montures de lunettes et les lentilles.

Etant donné le grand nombre de petits établissements dans ce secteur et le peu d'activités de fabrication de montures et de lentilles au Canada, depuis 1982 Statistique Canada ne fournit pas de statistiques détaillées sur les livraisons de produits. De plus, les données sur les exportations ne sont pas disponibles pour ces produits. Il nous est donc difficile de mesurer précisément l'évolution de la consommation apparente par type de produits.

Sous toutes réserves de ces contraintes statistiques, l'annexe 4 présente une estimation de la consommation de montures de lunettes et de lentilles cornéennes pour la dernière période disponible, soit 1978-1982. En 1982, le marché des montures de lunettes est évalué à 35,5 millions de dollars, dont 89% proviennent de l'étranger. Pour cette même année le marché des lentilles cornéennes est estimé à 31,7 millions de dollars, dont 57% sont importées. Ce marché a connu une forte progression par rapport à 1978, soit un taux annuel moyen de 10,1%.

Dans ce contexte, l'évolution des importations constitue une bonne indication de la tendance de la demande pour ces produits. Ces statistiques sont présentées dans la section suivante.

2.2- Importations canadiennes et québécoises

2.2.1- Situation globale des importations, Canada et Québec

Tel qu'illustré au tableau 12, le Canada importe un total de 160,9 millions de dollars en 1986 en articles ophtalmiques comparativement à 41,1 millions de dollars en 1976. Ceci représente un taux moyen de croissance annuelle de

TABLEAU 12
Articles ophtalmiques
Provenance des importations canadiennes
1976-1985
(en milliers de dollars)

	Etats-Unis	Italie	France	Japon	Allemagne de l'Ouest	Taïwan	Autriche	Hong Kong	Total
1976	17 794	3 080	6 650	2 569	4 983	452	2 235	326	41 055
1977	22 359	5 051	7 192	3 420	6 650	738	2 819	260	52 802
1978	31 080	7 366	10 299	4 003	6 204	937	3 161	405	68 543
1979	36 128	9 614	10 587	3 400	8 045	1 940	2 474	754	78 212
1980	45 350	10 603	9 366	3 593	7 235	2 519	3 149	896	83 880
1981	41 189	9 031	7 509	3 902	6 741	2 573	3 709	1 226	86 174
1982	41 088	9 947	8 342	3 695	6 257	2 424	3 149	2 180	93 984
1983	45 655	14 374	10 210	5 995	6 216	4 398	3 709	3 024	108 284
1984	55 976	14 825	14 131	6 694	6 155	7 172	2 983	3 368	126 820
1985	46 133	16 320	13 289	8 151	8 782	7 665	5 112	3 802	121 201
1986	56 920	21 005	18 798	14 294	13 177	9 086	7 828	4 642	160 928
Répartition par pays (%) (1986)	35,4	13,1	11,7	8,9	8,2	5,6	4,9	2,9	100,0
Croissance annuelle (%)									
1976-1986	12,3	21,2	11,0	18,7	10,2	35,0	13,4	30,4	14,6
1980-1986	3,9	12,1	12,3	25,9	10,5	23,8	16,4	31,5	11,5

Source:
Statistique Canada, cat. no. 65-203.

14,6% pour la période. De 1980 à 1986, cette croissance s'est quelque peu ralentie, elle s'établit pour ces années à 11,5% par an.

En 1985, 35% des importations canadiennes d'articles ophtalmiques sont en provenance des Etats-Unis. D'ailleurs, le Canada représente le principal pays importateur des produits américains puisqu'en 1985 plus du quart des exportations américaines lui étaient destinées. Les autres fournisseurs d'importance au Canada sont des pays de l'Europe dont l'Italie (13%), la France (12%) et l'Allemagne de l'Ouest (8%), de même que le Japon (9%) et Taïwan (6%).

Les dernières années sont marquées par l'apparition sur le marché des articles ophtalmiques des pays asiatiques nouvellement industrialisés dont l'avantage concurrentiel réside essentiellement au niveau d'un moindre coût de la main-d'oeuvre. Ainsi, pour la période allant de 1976 à 1986, la croissance annuelle des importations en provenance de Taïwan et de Hong Kong s'établit respectivement à 35,0% et 30,4%. Par contre, pour les Etats-Unis et les pays européens, à l'exception de l'Italie, la croissance a été inférieure au taux d'augmentation des importations totales.

Les montures de lunettes représentent la première source en importance des importations canadiennes avec une part atteignant 40% en 1986 et une valeur de 64,8 millions de dollars pour la même année (graphique 6). Les lunettes de soleil avec des importations s'élevant à 26,5 millions de dollars se classent au second rang. Suivent dans l'ordre, les lentilles ophtalmiques (25,5 millions de dollars), les lentilles cornéennes (23,1 millions de dollars) et les pièces de montures de lunettes (8,8 millions de dollars).

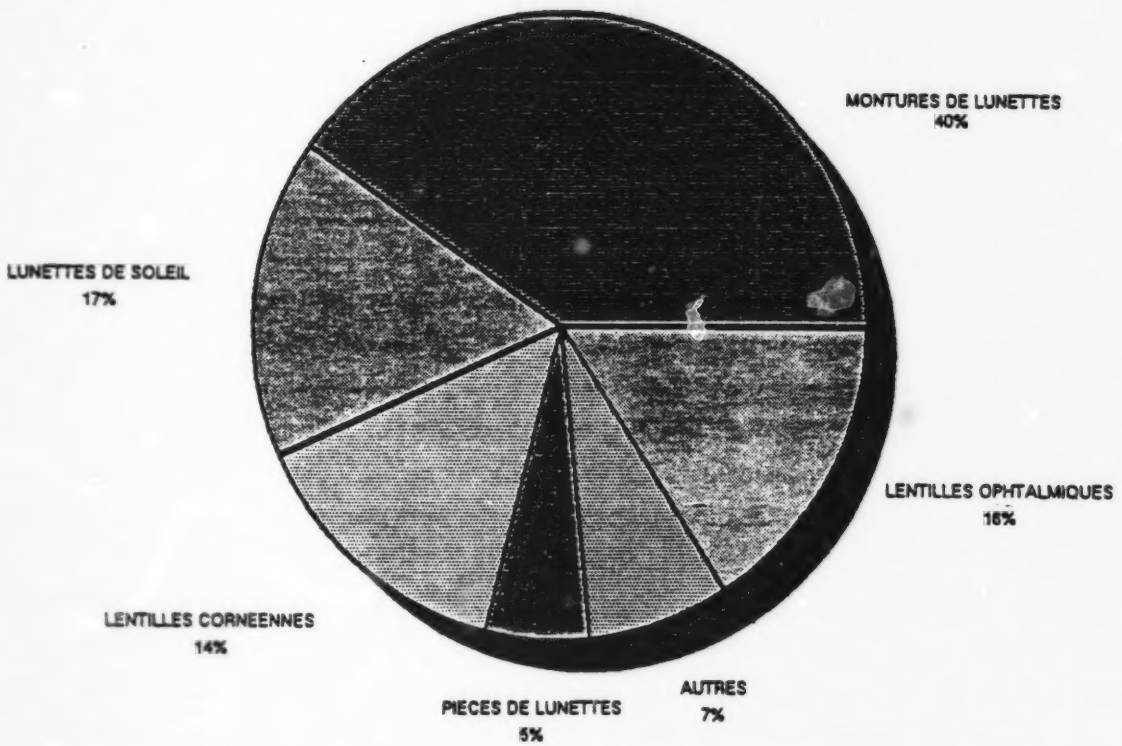
Ainsi que le montre le tableau 13, les importations canadiennes d'articles ophtalmiques dédouanées au Québec[2] s'élèvent à 38,0 millions de dollars en 1985, ou 31,4% du total canadien. Au cours des dix dernières années, la croissance annuelle des importations dédouanées au Québec s'établit à 11,6%,

---

2 Il faut se rappeler qu'il s'agit d'importations canadiennes qui sont dédouanées au Québec et non d'importations strictement destinées au marché québécois.

soit une progression légèrement plus lente comparativement au niveau canadien (12,8%).

GRAPHIQUE 6
Articles ophtalmiques
Importations canadiennes par type de produits
1986



Source: Statistique Canada, cat. n° 65-207.

Les montures de lunettes constituent la principale catégorie de produits importés au Québec avec une valeur atteignant 21,8 millions de dollars en 1985, ce qui représente la moitié des importations canadiennes de montures. En effet, Montréal s'avère le centre le plus important de la distribution de la lunetterie au Canada.

TABLEAU 13
Articles ophtalmiques
Importations dédouanées au Québec et exportations canadiennes chargées au Québec
1976-1985

Années	Importations	Exportations	Québec/Canada	
			Importations	Exportations
	000 $	000 $	%	%
1976	14,2	3,2	35	29
1981	26,8	3,2	31	24
1983	32,4	5,6	30	36
1985	38,0	10,1	31	42
Taux de croissance annuelle (%)	11,6	13,6	-	-

Source: Bureau de la statistique du Québec.

2.2.2- Détail des importations canadiennes

2.2.2.1- Montures de lunettes

En 1986, les importations de montures de lunettes optiques ont atteint un niveau record de 5,2 millions d'unités, ce qui représente une valeur de 64,5 millions de dollars (tableau 14). Au cours des dix dernières années, le nombre de montures importées n'a pas progressé très rapidement, soit à un taux annuel moyen de 3,8%. Parmi les personnes ayant besoin d'une correction optique, la proportion croissante de celles adoptant le port d'une lentille cornéenne est certes un élément important de ce freinage de la progression des importations de montures.

Le prix unitaire des montures importées a connu une hausse modérée au cours de la période 1979 à 1985, pour ensuite atteindre en 1986 un sommet de 12,51 $/unité, une augmentation de 29% par rapport à 1985.

TABLEAU 14
Importations canadiennes de montures de lunettes et de lunettes de soleil 1976-1986

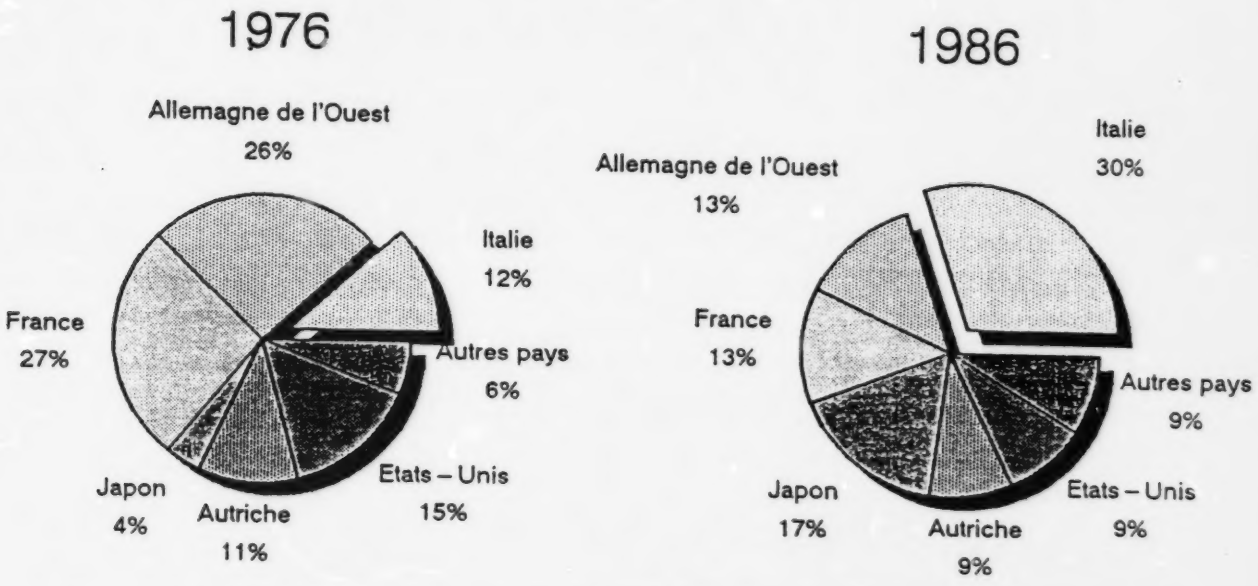
Années	MONTURES DE LUNETTES			LUNETTES DE SOLEIL		
	Valeur	Nombre d'unités	Prix unitaire	Valeur	Nombre d'unités	Prix unitaire
	(000 $)	(000)	($/unité)	(000 $)	(000)	($/unité)
1976	16 508	3 570	4,62	7 687	5 622	1,37
1977	20 056	3 483	5,76	10 298	6 328	1,63
1978	27 371	3 979	6,88	11 167	5 485	2,04
1979	32 490	4 007	8,11	11 941	5 793	2,06
1980	33 904	4 126	8,22	12 980	6 415	2,06
1981	31 436	4 175	7,53	13 312	5 650	2,36
1982	31 661	3 955	8,00	11 220	5 310	2,11
1983	39 743	4 670	8,52	15 586	7 630	2,04
1984	39 271	4 280	9,18	21 256	11 290	1,88
1985	44 232	4 560	9,70	23 057	11 900	1,94
1986	64 778	5 179	12,51	26 496	13 027	2,03
Var.%						
1976-86	14,6	3,8	10,5	13,2	8,8	4,0
1980-85	11,4	3,9	7,3	12,6	12,5	-0,2

Source: Statistique Canada, cat. no 65-203.

L'Italie domine largement ce marché avec 1 448 371 montures de lunettes en 1986 (19,2 millions de dollars), alors que le Japon (10,7 millions de dollars), l'Allemagne de l'Ouest (8,7 millions de dollars), la France (8,2 millions de dollars), l'Autriche (5,9 millions de dollars) et les Etats-Unis (5,8 millions de dollars) sont les autres fournisseurs d'importance.

Jouant la carte de l'innovation et de l'originalité, les lunetiers italiens et japonais ont fortement renforcé leur position sur le marché depuis 1976. En effet, la part des importations en provenance de l'Italie est passée de 12% en 1976 à 30% en 1986, tandis que celle du Japon grimpait de 4% à 17%. (graphique 7). Par contre, l'Allemagne de l'Ouest, la France et dans une moindre mesure les Etats-Unis ont vu leur importance régresser.

GRAPHIQUE 7
Importations canadiennes de montures de lunettes selon le pays d'origine
1976 et 1986
En %



Source: Statistique Canada, cat. no 65-207.

2.2.2.2- Lunettes de soleil

Tel qu'illustré au tableau 14, suite à une période de stagnation entre 1976 et 1982, les importations canadiennes de lunettes de soleil verres compris font un bond prodigieux en passant de 5,3 millions d'unités en 1982 à 13,0 millions d'unités en 1986 (26,5 millions de dollars).

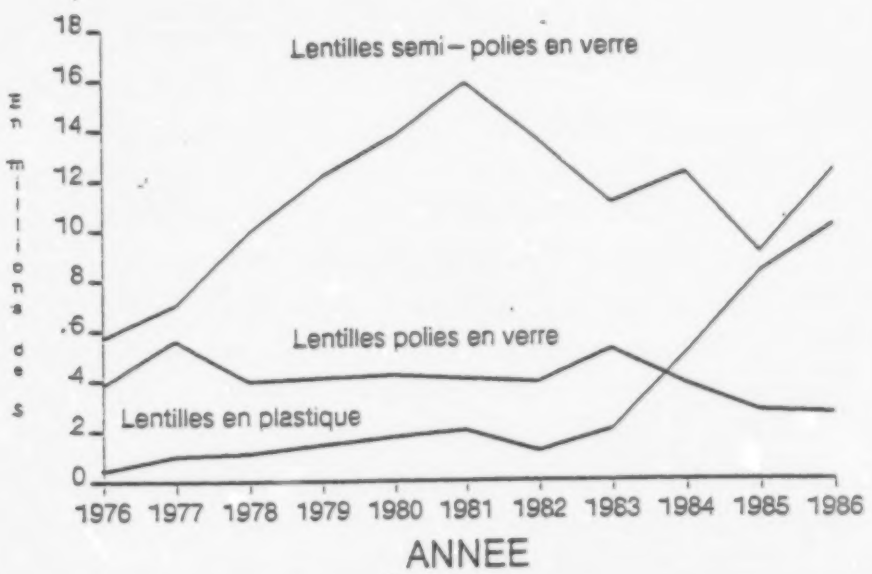
Cette progression s'explique par la forte pénétration sur le marché des articles de bas de gamme, et à faible coût, principalement en provenance de pays asiatiques nouvellement industrialisés. En effet, le principal fournisseur de lunettes de soleil au Canada s'avère être Taïwan avec 8,1 millions d'unités en 1986 (8,7 millions de dollars). Les Etats-Unis (7,3 millions de dollars) représentent les seconds fournisseurs en importance, bien que leur part dans les importations canadiennes ait régressé au fil des années. La France, le Japon, l'Autriche et l'Italie exportent également vers le Canada, surtout des articles de haut de gamme.

2.2.2.3- Lentilles ophtalmiques

Les importations canadiennes de lentilles ophtalmiques s'élèvent à 25,5 millions de dollars en 1986. Celles-ci se retrouvent dans trois catégories: les lentilles polies en verre (3,3 millions de dollars), les lentilles semi-polies en verre (13,1 millions de dollars) et les lentilles en plastique (9,1 millions de dollars)[3].

Bien que les lentilles en verre, principalement les lentilles semi-polies, se placent toujours à la tête des importations de lentilles ophtalmiques, la part des lentilles en plastique ne cesse de progresser depuis 1983, comme en témoigne le graphique 8. Par contre, les importations de lentilles polies en verre connaissent une stagnation depuis les 10 dernières années.

GRAPHIQUE 8
Importations canadiennes de lentilles ophtalmiques
1976-1986



Source: Statistique Canada, cat. no 65-207.

---

3 Les données sur les importations de lentilles de plastique n'établissent aucune distinction entre les lentilles polies et semi-polies.

Les Etats-Unis occupent une part prépondérante des importations canadiennes de lentilles ophtalmiques avec 16,0 millions de dollars en 1986 (ou 63% du total). Les autres fournisseurs d'importance sont la France avec 14% des importations, l'Allemagne de l'Ouest avec 12% et le Japon qui, avec 7% des importations, connaît actuellement une percée importante sur le marché.

2.2.2.4- Lentilles cornéennes

Le Canada importe des lentilles cornéennes finies pour un total de 23,1 millions de dollars en 1986, ce qui représente un taux de croissance annuel moyen de 16,0% depuis 1978, première année où ces statistiques sont publiées.

Selon le tableau 15, 68% des importations de lentilles cornéennes proviennent des Etats-Unis alors que l'Angleterre et l'Irlande se partagent les 32% résiduels. La domination des Américains s'avère d'autant plus grande que la production dans ces deux derniers pays est principalement assurée par les filiales des firmes américaines Bausch & Lomb et CooperVision. Le choix de la République d'Irlande présente des avantages de localisation pour ces grands producteurs en raison des avantages fiscaux et douaniers offerts par ce pays, en plus de l'accès au marché plus large que représente la C.E.E.

TABLEAU 15
Importations canadiennes de lentilles cornéennes
1978-1986
En 000 $

Années	Etats-Unis	Angleterre	Irlande	Total
1978	4 480	1 880	-	7 040
1979	5 352	1 877	-	7 928
1980	4 544	2 674	-	7 501
1981	5 024	3 189	2 098	10 853
1982	6 578	3 932	7 257	18 064
1983	8 411	2 726	4 579	16 623
1984	13 579	3 410	3 963	21 489
1985	10 914	2 447	1 876	15 543
1986	15 657	3 186	3 530	23 095
Var. %				
1978-1986	17,0	6,8	-	16,0

Source: Statistique Canada, cat. no 65-207.

2.2.3- Protection douanière canadienne

Cette section présente les différents tarifs applicables aux importations d'articles ophtalmiques. Ces tarifs se rapportent au tarif de la nation la plus favorisée puisque nos importations proviennent principalement de pays sujets à cette classification.

Le tableau 16 permet de constater que les articles ophtalmiques entrent principalement au Canada sous neuf tarifs différents. Ces tarifs subissent une baisse progressive jusqu'en 1987, qui marque la fin des accords de la dernière ronde de négociation du GATT, le Tokyo Round.

TABLEAU 16
Articles ophtalmiques, tarif de la nation la plus favorisée
Canada, 1985-1987, en %

No tarifaire	Articles	Tokyo Round		
		1985	1986	1987
32618-1	Oeil (prothèse) pour usage humain	Fr.	Fr.	Fr.
32700-1	Lunettes de soleil, tous genres Lunettes complètes avec lentilles Lentilles ophtalmiques polies en verre	12,0	11,1	10,2
32701-1	Lentilles ophtalmiques semi-polies, en verre ou en plastique	12,0	11,1	10,2
32705-1	Lentilles cornéennes, sauf ébauches Lentilles intra-oculaires (implants)	Fr.	Fr.	Fr.
32800-1	Montures de lunettes et pièces	10,7	9,9	9,2
32810-1	Pièces, non finies, pour la fabrication de montures de lunettes	Fr.	Fr.	Fr.
41040-1	Lunettes de sûreté pour la protection des travailleurs	Fr.	Fr.	Fr.
93907-1	Accessoires de lunettes	14,5	14,0	13,5
93907-5	Accessoires de lunettes	Fr.	Fr.	Fr.

Source: Revenu Canada, Douanes et Accises; tarif des douanes du Canada, 1986.

Alors que les fabricants canadiens de montures de lunettes et de lentilles ophtalmiques profitent d'une protection tarifaire de 10 à 12%, les laboratoires de lentilles cornéennes ne jouissent d'aucune protection, face aux produits étrangers car ceux-ci entrent au Canada en franchise de droit. En 1985, 18% des produits sont entrés sur notre marché en franchise de droit, alors que le taux moyen appliqué aux produits soumis à un tarif s'élève à 11%.

3- EXPORTATIONS CANADIENNES ET QUEBECOISES

Compte tenu du développement de l'industrie canadienne des articles ophtalmiques, il n'est pas surprenant de constater que les exportations demeurent relativement modestes. En effet, elles ne représentent guère plus de 10% des livraisons totales de l'industrie. Néanmoins, les marchés étrangers peuvent s'avérer d'une importance majeure pour les quelques fabricants de montures et de lentilles.

De 1976 à 1986, les exportations canadiennes d'articles ophtalmiques sont passées de 11,3 millions à 28,1 millions de dollars, enregistrant ainsi une croissance annuelle de 9,6% pour la période (tableau 17). Toutefois, cette progression est un phénomène récent car de 1976 à 1983 les exportations se sont stabilisées pour ensuite presque doubler en trois ans. Sur le plan statistique, ces exportations se répartissent en deux catégories de produits, soit les lentilles ophtalmiques avec 1,0 million de dollars en 1986 et les articles ophtalmiques divers avec 27,1 millions de dollars. Cet agrégat comprend les lunettes de soleil, les montures et les lentilles cornéennes.

TABLEAU 17
Destinations des exportations canadiennes d'articles ophtalmiques
1976-1986
En 000 $

Années	Etats-Unis	Australie	Total
1976	3 727	602	11 272
1981	6 753	399	13 433
1982	6 274	1 369	16 097
1983	4 631	1 218	15 729
1984	8 216	1 168	22 386
1985	15 693	2 321	23 937
1986	20 045	2 857	28 118
Répartition par pays, 1986 (%)	71	10	100
Taux de croissance annuel 1976-86 (%)	18,3	16,9	9,6

Source: Statistique Canada, cat. no 65-207.

En 1986, le principal débouché pour les articles ophtalmiques canadiens s'avère le marché américain car 71% de nos exportations y sont destinées. Les produits canadiens entrent aux Etats-Unis sous des tarifs variant de 6,1% (lentilles ophtalmiques et lentilles cornéennes) à 8,2% (montures de lunettes). L'Australie se classe au second rang avec 10% des exportations totales. Les autres destinations ont une importance beaucoup moins grande. Il s'agit entre autres de la Suisse (2%), de l'Allemagne de l'Ouest (2%) et du Pérou (2%).

Comme l'indique le tableau 13 (section 2.2.1), les exportations canadiennes d'articles ophtalmiques chargées au Québec[4] s'élèvent à 10,1 millions de dollars en 1985. Depuis le début des années 1980, la part du Québec dans les exportations canadiennes totales s'est rapidement accrue puisqu'elle est passée de 24% en 1981 à 42% en 1985.

---

[4] Il faut se rappeler qu'il s'agit d'exportations canadiennes chargées au Québec et non d'exportations de produits québécois.

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Les chapitres précédents ont été consacrés à l'inventaire et à la description des principales caractéristiques de l'industrie des articles ophtalmiques au Québec. Il reste donc à déterminer les forces et les faiblesses de cette industrie, qui se dégagent des chapitres précédents, afin d'en évaluer les perspectives d'avenir.

Pour les laboratoires, une croissance soutenue de la production et de la valeur ajoutée a été observée depuis le début des années 80. Cette croissance repose sur une demande soutenue de correctifs visuels. En effet, le vieillissement de la population, le changement des habitudes de vie (par exemple le travail avec les écrans cathodiques), et le caractère mode des lunettes représentent autant de facteurs susceptibles de maintenir la demande de prothèses visuelles dans les années à venir.

Il a été également mis en lumière que le secteur des laboratoires a bien su s'adapter aux changements du marché. L'introduction du traitement antireflets de même que la prédominance des ventes de lentilles ophtalmiques en plastique et de lentilles cornéennes souples témoignent de cette performance. De plus les statistiques révèlent un niveau de productivité supérieur au Québec par rapport à la moyenne nationale.

Néanmoins, l'évolution du secteur des laboratoires ne va pas sans provoquer certaines interrogations.

D'une part, le marché des laboratoires est essentiellement un marché régional ou provincial, très lié géographiquement au professionnel de la vision afin de répondre dans les plus brefs délais à l'ordonnance émise. La croissance de ce secteur s'avère donc largement tributaire du dynamisme du marché local puisque les marchés d'exportation demeurent difficilement accessibles. Ainsi, les laboratoires auront avantage à s'orienter vers des segments de marché plus rémunérateurs, comme celui que forment les gens âgés qui

requièrent des verres à double foyer; ce marché a la particularité de croître avec le vieillissement progressif de la population québécoise.

Par ailleurs, le rétrécissement de la marge bénéficiaire des laboratoires témoigne de la vulnérabilité du secteur. En fait le faible poids économique de la majorité des laboratoires ne semble pas leur permettre de négocier des prix favorables, tant pour les fournitures utilisées que pour les produits finis. Dans ce contexte, le mouvement de consolidation du secteur déjà en cours devrait se poursuivre afin de permettre aux laboratoires de faire face à la concurrence et d'utiliser pleinement la capacité de production en place.

Au chapitre du secteur de la fabrication des montures de lunettes et des lentilles, force est de reconnaître notre état de dépendance presque totale face aux importations qui abondent sur le marché. Face à une telle situation, la lunetterie semble posséder les atouts d'un secteur industriel prometteur de par le nombre d'emplois à créer, la technologie facilement adaptable au contexte industriel du Québec, la disponibilité de la matière première, le marché d'exportation potentiel et le type de produit (près de la moitié des gens doivent porter des lunettes).

Par contre, plusieurs écueils guettent les investisseurs potentiels dans ce secteur. Ainsi la renommée et la longévité du fabricant qui deviennent des critères de choix des opticiens et des optométristes, et la notoriété des produits européens sont autant de facteurs limitant l'entrée sur le marché. De plus, la politique de mise en marché, principalement en regard du choix du réseau de distribution et de la créativité démontrée dans le design des produits, s'avère stratégique pour la réussite de l'entreprise.

ANNEXE 1
REPERTOIRE DES ENTREPRISES

LENTILLES OPHTALMIQUES (surfaçage)

- AOCO (American Optical Company)
- ESSILOR CANADA LTEE
- LAB. D'OPTIQUE DE HULL INC.
- LAB. D'OPTIQUE MICHEL LAFOND
- OPTEX INC.
- OPTIQUE A.B.C.
- OPTIQUE DE L'ESTRIE INC.
- OPTIQUE HILARIS
- OPTIQUE NATIONAL INC.
- OPTIQUE SHERLAB
- OPTIQUE VICTO
- PRO OPTIC INC.
- UNI OPTIQUE INC.
- CENTRE D'OPTIQUE C.L.M. INC.
- JALOPTIC LTEE
- LAB. D'OPTIQUE ECLAIR INC.
- LAB. D'OPTIQUE PLATEAU LTEE
- OPTIGO LTEE
- OPTIQUE CRISTAL INC.
- OPTIQUE GILOT LTEE
- OPTIQUE LAVIOLETTE LTEE (L')
- OPTIQUE OMEGA 1979 INC.
- OPTIQUE TOURNESOL
- OPTIQUE WESTLAB INC.
- TECHNO-LAB OPTIMUM INC.
- VILICO SUPERLITE LAB. LTEE

LENTILLES OPHTALMIQUES (FINITION)

- IDEAL OPTICAL LABORATORY LTD
- LAB. D'OPTIQUE DYNA
- LA CIE D'OPTIQUE MARITIME (1981) LTEE
- OPTIQUE LACHANCE ENR.
- OPTIQUE OUTREMONT
- OPTIQUE SOLEIL
- TECHNOPTIQUE INC.
- LAB. D'OPTIQUE DOLLARD-DES-ORMEAUX
- LAB. JACQUES GREGOIRE ENR.
- OPTIQUE B.A.
- OPTIQUE 2000 INC.
- OPTIQUE MURRAY INC.
- OPTIQUE RIVERAINE INC.
- SERVICE D'OPTIQUE L.R.

LENTILLES CORNEENNES

- CONTACT-A-BASS INC.
- ESTRIE LAB. INC.
- LAB. CANADIEN DE VERRE DE CONTACT INC.
- LAB. VLS INC.
- LAB. OPTI-CENTRE (LES)
- VISIOPTIC LTEE
- COOPER VISION
- LAB. L.O.P. INC.
- LAB. D.L. ENR.
- LAB. VLS INC.
- LAB. BLANCHARD INC. (LES)
- LAB. SUPER-VISION INC. (LES)

FABRICANTS DE MONTURES DE LUNETTES

- AOCO (American Optical Company)
- OPTILOOK

ANNEXE 2
PROCEDE DE FABRICATION DE MONTURES DE LUNETTES

Méthode: tournage à l'aide d'un système de pantographe

Devant

1- Rabotage (plaque d'acétate de cellulose)
2- Découpage intérieur (rainure, chanfrein)
3- Découpage extérieur
4- Fraisage (inclinaison des tenons, biseau, rainure)
5- Ménisquage
6- Cannelage du nez
7- Passage de l'acétone
8- Passage de la pierre-ponce (tonneau)
9- Pré-polissage (tonneau)
10- Polissage (tonneau)
11- Passage à l'ultra-son

Branche

1- Rabotage (plaque d'acétage de cellulose)
2- Découpage
3- Insertion de la tige métallique ("shootage")
4- Fraisage
5- Protection de la charnière (injection de plastique)
6- Protection de la spatule
7- Passage à la pierre-ponce (tonneau)
8- Pré-polissage (tonneau)
9- Enlèvement des protections
10- Courbage

Montage

1- Pré-fraisage
2- Incrustation des charnières
3- Anglage (raccord de la face avec les branches)
4- Assemblage
5- Finition
   a) cannelage
   b) feutrage
   c) polissage (cretonne)
   d) brillantage (peau de chamois)
   e) marquage
   f) montage du verre de présentation
   g) rhabillage

Emballage

SOURCE: Direction des biens de consommation, MIC.

ANNEXE 3
DÉFINITION DES TERMES TECHNIQUES DE LA FABRICATION D'UNE LENTILLE

Les étapes sont présentées selon le déroulement de la fabrication:

Moulage:	Première étape de transformation (en série) d'un morceau de verre ou de plastique en une ébauche.
Surfaçage	Terme général qui comprend les étapes suivantes:
- Meulage:	Dégrossissage de l'ébauche pour donner la courbure précise prescrite.
- Doucissage:	Affinage de la surface à l'aide d'un abrasif.
- Polissage:	Dernière étape pour que la lentille soit parfaite.
Biseautage	Taillage de la lentille afin qu'elle s'ajuste à la monture choisie.
Montage	Ajustement de la lentille à la monture

Les produits sont présentés selon l'ordre de leur fabrication:

Ebauches:	Premier résultat de la fabrication en série de lentilles.
Pastilles:	Petites ébauches pour faire des lentilles multifocales.
Boutons:	Ebauches servant à fabriquer les lentilles cornéennes.
Lentilles semi-finies:	Lentilles dont une seule face est surfacée
Lentilles finies:	Lentilles dont les deux faces sont surfacées.

Source: Direction des biens de consommation, MIC.

ANNEXE 4

Consommation canadienne apparente de lentilles de contact
1978-1982
En 000 $

Années	Livraisons	Importations	Exportations	Consommation canadienne apparente (CCA)	Importations CCA %
1978	14 580	7 040	n.d.	21 620	32,6
1979	8 370	7 928	n.d.	16 298	48,6
1980	12 868	7 501	n.d.	20 369	36,8
1981	13 634	10 853	n.d.	24 487	44,3
1982	13 680	18 064	n.d.	31 744	56,9
Taux de croissance annuelle:		. Importations:	26,6%		
		. Consommation:	10,0%		
		. Livraisons:	-1,6%		

Sources: Statistique Canada, cat. nos 47-206 et 65-207.

Consommation canadienne apparente de montures de lunettes
1978-1982
En 000 $

Années	Livraisons	Importations	Exportations	Consommation canadienne apparente (CCA)	Importations CCA %
1978	4 992	27 371	n.d.	32 363	84,6
1979	n.d.	32 490	n.d.	n.d.	n.d.
1980	n.d.	33 904	n.d.	n.d.	n.d.
1981	6 872	31 436	n.d.	38 308	82,1
1982	3 805	31 661	n.d.	35 466	89,3
Taux de croissance annuelle:		. Importations:	3,7%		
		. Consommation:	2,3%		
		. Livraisons:	-6,6%		

Sources: Statistique Canada, cat. nos 31-211, 47-206 et 65-207.

BIBLIOGRAPHIE

BOURDEL, Stéphane, Notes sur la lunetterie au Canada, Conseiller commercial de France, Montréal, 1985.

BUSINESS TREND ANALYSTS, The Market for Ophthalmic Goods, 1983.

COMMISSION SUR LES PRATIQUES RESTRICTIVES DU COMMERCE, L'industrie des produits ophtalmiques au Canada, Consommation et Corporations Canada, 1978.

COUTURE, G., MORIN, D., Tout sur les lentilles de contact, Editions La Presse Ltée, Ottawa, 1986.

ENGLISH, Edward et OWEN, Robert, Le rôle des techniques de commercialisaiton dans la concentration et le contrôle des industries manufacturières par les multinationales, Consommation et Corporations Canada, 1981.

GOUVERNEMENT DU QUEBEC, L'industrie du matériel médical au Québec; description et analyse, ministère de l'Industrie et du Commerce, 1980.

GOUVERNEMENT DU QUEBEC, Rapport d'évaluation des possibilités d'une fabrication de montures de lunettes, ministère de l'Industrie et du Commerce, 1984.

GOUVERNEMENT DU QUEBEC, Survol de l'industrie des articles ophtalmiques au Québec, ministère de l'Industrie et du Commerce, 1982.

MARLY, Pierre, Les lunettes, Atelier Hachette/Massin, 1980.

OPTICAL INDEX, divers numéros, 1983 à 1986.

SAMSON & BELAIR, Etude sur le marché des lentilles de contact, 1984.

TRIBUNAL ANTIDUMPING CANADIEN, Rapport de l'enquête sur les importations de lentilles cornéennes, Ottawa, 1984.

U.S. Department of Commerce, Statistical Abstract of the United States, 1986.

Ministère de l'Industrie
et du Commerce